

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEJAYAAN
USAHAWAN KREDIT MIKRO DI NEGERI JOHOR

PROF. MADYA DR. MOHD. HASSAN BIN MOHD. OSMAN

VOT PENYELIDIKAN:

75002

FAKULTI PENGRUSAN DAN PEMBANGUNAN SUMBER MANUSIA
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

2007

PENGHARGAAN

Ucapan ribuan terima kasih ditujukan kepada bekas pelajar saya Nor Azreen bte Zainul, Norrul Hasmizan bte Hashim dan Siti Norliza bte Abd. Manaf di atas bantuan dan sokongan dalam menyiapkan projek ini. Di samping itu, penghargaan ini juga diberikan kepada yang telah menghulurkan bantuan dan saling bekerjasama sepanjang kajian penyelidikan ini terutamanya usahawan-usahawan kecil dan staf Yayasan TEKUN Malaysia yang sudi meluangkan masa untuk mengisi borang soal selidik dan ditemubual. Ribuan terima kasih juga diucapkan kepada isteri, Hanim Sulaiman dan anak, Muhammad Basyir yang sentiasa memberi galakan dan dorongn sepanjang kajian penyelidikan ini dijalankan.

Selain itu, saya juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat terutamanya RMC kerana memberi peluang untuk menyiapkan laporan projek penyelidikan ini.

ABSTRAK

Faktor kejayaan kritikal (Critical Success Factor - CSF), merupakan elemen terpenting bagi mencapai kelebihan bersaing bagi firma-firma di dalam industri sedia ada. CSF menunjukkan prestasi sama ada suatu perusahaan telah berjaya dan tidak berjaya mencapai sasaran misi dan visi yang telah dibentuk sebelum organisasi tersebut ditubuhkan. Organisasi yang berjaya mengenalpasti dan menggunakan CSFs akan membentuk keunikan bagi membolehkan mereka mencapai kelebihan bersaing. Kajian ini memberi tumpuan terhadap faktor-faktor kejayaan kritikal perusahaan kecil yang mendapat skim pinjaman kredit mikro di negeri Johor. Untuk tujuan ini seramai 233 usahawan kecil di bawah skim kredit mikro TEKUN telah dipilih sebagai responden. Kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti faktor kejayaan kritikal usahawan TEKUN di kawasan kajian dengan mengenal pasti KSF dan CSF yang ada pada seseorang usahawan kecil dan perusahaan mereka. Faktor utama yang membawa kepada kejayaan usahawan kecil juga dikenalpasti dan cadangan untuk mempertingkatkananya juga dikemukakan. Kaedah pengumpulan data dilakukan melalui temubual dengan pegawai YTN yang terlibat serta penghantaran borang soal selidik kepada responden yang telah berjaya memperolehi pinjaman kredit mikro TEKUN bagi pinjaman kali ke dua. Responden dipilih daripada kawasan Mersing, Kota Tinggi, Pontian, Tebrau, Johor Bahru dan juga Gelang Patah. Hasil kajian mendapati tiga faktor kejayaan kritikal yang utama bagi usahawan TEKUN ialah kemahiran dalam pengurusan, pengkhususan di dalam membuat kerja dan juga sikap tidak mudah berputus asa di dalam menghadapi cabaran dalam perniagaan.

ABSTRACT

Critical Success Factor (CSF) is the most important element for firms in existing industry to achieve competitive edge. CSF demonstrates the performance whether an enterprise has been successful and unsuccessful in achieving its target mission and vision formulated before the enterprise was formed. Organisation that are able to indentify and utilised CSF will develop its uniqueness in achieving its competitive edge. This study focused on critical success factors of small businesses that received funding under the micro credit scheme in Johor. A total of 233 small entrepreneurs under the TEKUN micro credit scheme were selected for this study. The research was conducted to determine the critical success factors prevalent among TEKUN entrepreneurs in Johor. The objective of the study is also to explore sectors preferred by most TEKUN entrepreneurs. The study identified key and critical factors that are essential for the success of the entrepreneurs and their firm. Ways to enhanced these factors were also proposed. Data collection methods involved interviews with key informants from YTN and by sending in questionnaires to respondent who were successful in obtaining the second TEKUN credit micro funding. Respondents were selected fromthe area of Mersing, Kota Tinggi, Pontian, Tebrau, Johor Bahru and Gelang Patah. The result of the study indicates that the three major critical factors of TEKUN entrepreneurs were management skills, work specialization and persistency (never give up).

UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

**BORANG PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR PENYELIDIKAN**

TAJUK PROJEK : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEJAYAAN
USAHAWAN KREDIT MIKRO DI NEGERI JOHOR**

Saya MOHD. HASSAN BIN MOHD. OSMAN
(HURUF BESAR)

Mengaku membenarkan **Laporan Akhir Penyelidikan** ini disimpan di Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut :

1. Laporan Akhir Penyelidikan ini adalah hakmilik Universiti Teknologi Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Teknologi Malaysia dibenarkan membuat salinan untuk tujuan rujukan sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat penjualan salinan Laporan Akhir Penyelidikan ini bagi kategori TIDAK TERHAD.
4. * Sila tandakan (/)

☐

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972).

☐

TERHAD

(Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh Organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan).

☒

TIDAK
TERHAD



TANDATANGAN KETUA PENYELIDIK

PM Dr. Mohd. Hassan Mohd. Osman

PM & CoP Keselamatan
Fakulti Pengurusan & Pembangunan Sumber Manusia
UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA,
81310 Skudai

Tarikh : 12 Dis 2007

CATATAN : * Jika Laporan Akhir Penyelidikan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKASURAT
	JUDUL	i
	PENGHARGAAN	ii
	ABSTRAK	iii
	ABSTRACT	iv
	KANDUNGAN	v
	SENARAI LAMPIRAN	x
	SENARAI JADUAL	xi
	SENARAI RAJAH	xiii
	SENARAI SINGKATAN	xiv
 BAB 1	 PENGENALAN	
	1.0 Latar Belakang	1
	1.1 Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN)	3
	1.2 Perbadanan Jaminan Kredit (CGC)	6
	1.3 Penyataan Masalah	7
	1.4 Matlamat Kajian	8
	1.5 Objektif Kajian	8
	1.6 Skop Kajian	9
	1.7 Batasan Kajian	9
	1.8 Kepentingan Kajian	10
	1.9 Hipotesis Kajian	10
	1.10 Ringkasan	11
 BAB 2	 PERUSAHAAN KECIL	
	2.0 Pengenalan	13
	2.1 Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS)	13
	2.1.1 Pengenalan dan Definisi Perniagaan Kecil	16

	2.1.2 Ciri-ciri Perniagaan Kecil	17
	2.1.3 Kelebihan Perniagaan Kecil	18
2.2	Pembiayaan Modal Perusahaan Kecil	21
2.3	Ringkasan	22
BAB 3	FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN UTAMA (KEY SUCCESS FACTOR – KSF) USAHAWAN	
3.0	Pengenalan	23
3.1	KSF Usahawan	23
3.2	KSF Perusahaan	29
3.3	Faktor-Faktor Kegagalan	29
	3.3.1 Kegagalan Usahawan	29
	3.3.2 Kegagalan Perusahaan	31
3.4	Kajian-Kajian Lepas	32
3.5	Ringkasan	37
BAB 4	METODOLOGI KAJIAN	
4.0	Pengenalan	38
4.1	Kerangka Teori Kajian	38
4.2	Rekabentuk kajian	39
4.3	Kaedah Pengumpulan Data	39
	4.3.1 Soal Selidik	39
	4.3.2 Dokumen atau Bahan Bercetak	41
4.4	Cara Pemberian Markat	42
4.5	Tinjauan Rintis	42
4.6	Kaedah Penganalisan Data	45
4.7	Ringkasan	47
BAB 5	ANALISIS DATA	
5.0	Pengenalan	49
5.1	Analisis Latar Belakang Responden	49

5.1.1	Taburan Kawasan Perniagaan	49
5.1.2	Taburan Jantina Responden	50
5.1.3	Taburan Umur Usahawan Kecil	51
5.1.4	Taburan Status Perkahwinan Responden	51
5.1.5	Taburan Bilangan Anak	53
5.1.6	Taburan Pencapaian Pendidikan Usahawan Kecil	54
5.2	Analisis Profail Perniagaan Responden	55
5.2.1	Taburan Premis Perniagaan Mengikut Sektor Perniagaan	55
5.2.2	Taburan Usahawan TEKUN Memulakan Perniagaan	56
5.2.3	Taburan Status Perniagaan Usahawan TEKUN	57
5.2.4	Faktor yang Memotivasi Usahawan Kecil Menceburi Perniagaan	58
5.2.5	Status Pekerja Usahawan Kecil	59
5.2.6	Anggaran Jumlah Jualan Tahun Lepas	60
5.2.7	Taburan Sektor dan Aktiviti Perniagaan Usahawan TEKUN	61
5.2.8	Taburan Skim Pinjaman TEKUN Pertama	62
5.2.9	Taburan Sumber Maklumat Berkenaan Skim Pinjaman TEKUN	63
5.2.10	Taburan Sumber dan Jumlah Modal Lain	63
5.2.11	Taburan Faktor Pemilihan Skim Pinjaman TEKUN	64
5.2.12	Tujuan Mengambil Skim Pinjaman TEKUN Kedua	65
5.3	Analisis Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan	65
5.3.1	Analisis Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan TEKUN	66
5.4	Analisis Faktor Kejayaan Kritikan Perniagaan	69

5.4.1	Analisis Taburan Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal Dengan Tahap Hubungan dengan Pelanggan	70
5.4.2	Taburan Pelanggan Tetap Dan Tidak Tetap Mengikut Tahap Hubungan Dengan Pelanggan	71
5.4.3	Taburan Pelanggan Tetap Mengikut Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal Bagi Usahawan TEKUN	71
5.4.4	Tahap Hubungan Usahawan TEKUN Dengan Pelanggan, Pembekal Dan Persaing	72
5.4.5	Penggunaan Sistem Rekod Dalam Perniagaan	73
5.4.6	Taburan Usahawan TEKUN Menghadiri Kursus Atau Kemahiran Perniagaan	74
5.4.7	Taburan Usahawan TEKUN Memerlukan Kursus Perniagaan	74
5.4.8	Kursus Yang Sesuai Dianjurkan Untuk Usahawan Kecil	75
5.5	Pengujian Hipotesis	76
5.5.1	Hubungan Antara Prestasi Dengan Kesanggupan Menghadapi Risiko	77
5.5.2	Hubungan Antara Prestasi Dengan Minat Bidang Perniagaan	78
5.5.3	Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Dan Pelanggan	78
5.5.4	Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Dengan Pembekal	79
5.6	Ringkasan	80

BAB 6 RUMUSAN DAN CADANGAN

6.0	Pengenalan	81
6.1	Kesimpulan Kajian	81

6.1.1	Pencapaian Objektif	81
6.1.2	Pencapaian Hipotesis	83
6.2	Cadangan Kepada Pihak Yang Terbabit	85
6.2.1	Cadangan kepada Pengurusan TEKUN	85
6.2.2	Cadangan kepada Pihak Pengurusan YTN	85
6.2.3	Cadangan untuk Kajian Masa Depan	88
6.3	Penutup	88
SENARAI RUJUKAN		89

SENARAI LAMPIRAN

Lampiran A: Senarai Sektor dan Aktiviti Perniagaan TEKUN	94
Lampiran B: Laporan Kelulusan Pinjaman Kedua TEKUN	95
Lampiran C: Mengenalpasti Saiz Sampel Daripada Populasi Yang Diberi	96
Lampiran D: Min Bagi Faktor-faktor Kejayaan Kritikal	97
Lampiran E: Korelasi Bukan Parameter	98
Lampiran F: Borang Soal Selidik	100

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK	MUKASURAT
2.1	Perbezaan Definisi IKS	15
3.1	Ringkasan KSF Usahawan	36
4.1	Elemen-elemen dalam Faktor yang Mempengaruhi KSF	39
4.2	Taburan Soalan Pencapaian Perniagaan Usahawan	43
4.3	Nilai Alpha Cronbach bagi Kajian Rintis	44
4.4	Tahap Faktor Latar Belakang Usahawan	45
4.5	Tahap Faktor Motivasi	46
4.6	Tahap Faktor Sikap	46
4.7	Tahap Faktor Kemahiran	46
4.8	Tahap Pencapaian Usahawan	47
4.9	Alat Penyelidikan yang di gunakan	47
4.10	Alat Statistik yang digunakan	48
5.1	Taburan Umur Responden	51
5.2	Taburan Bilangan Anak	53
5.3	Taburan Premis Perniagaan Mengikut Sektor Perniagaan	55
5.4	Taburan Memulakan Perniagaan	56
5.5	Taburan Anggaran Jumlah Jualan Tahun Lepas	60
5.6	Taburan Sektor dan Aktiviti Perniagaan	61
5.7	Taburan Skim Pinjaman TEKUN Pertama Mengikut Sektor Perniagaan	62
5.8	Taburan Sumber Dan Jumlah Modal Lain	63
5.9	Taburan Tujuan Mengambil Skim Pinjaman TEKUN Kedua	65
5.10	Taburan Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan TEKUN	66
5.11	Taburan Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal Dengan Tahap Hubungan Dengan Pelanggan	70

5.12	Peratusan Pelanggan Tetap Dan Tidak Tetap Mengikut Tahap Hubungan Dengan Pelanggan	71
5.13	Peratusan Pelanggan Tetap Dan Tidak Tetap Mengikut Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal	71
5.14	Taburan Tahap Hubungan Usahawan TEKUN Dengan Pelanggan, Pembekal Dan Pesaing	72
5.15	Taburan Keperluan Mengikuti Kursus Perniagaan	74
5.16	Tafsiran Umum Korelasi	76
5.17	Hubungan Antara Prestasi Dengan Kesanggupan Dalam Menghadapi Risiko	77
5.18	Hubungan Antara Prestasi Dengan Minat Usahawan Kecil Terhadap Bidang Perniagaan	78
5.19	Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Kecil Dan Pelanggan	79
5.20	Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan TEKUN Dan Pembekal	79

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK	MUKASURAT
2.1	Jenis PKS di Malaysia Mengikut Kategori Perusahaan	13
4.1	Kerangka Teori Kajian	38
4.2	Carta Aliran Proses Kajian	40
5.1	Taburan Kawasan Perniagaan	50
5.2	Taburan Jantina Responden	50
5.3	Taburan Status	51
5.4	Taburan Pencapaian Pendidikan Tertinggi	54
5.5	Taburan Status Perniagaan	57
5.6	Taburan Motivasi Usahawan Kecil	58
5.7	Taburan Pekerja	59
5.8	Taburan Sumber Maklumat Skim Pinjaman TEKUN	63
5.9	Taburan Faktor Pemilihan Skim Pinjaman Kredit Mikro	64
5.10	Taburan Menggunakan Sistem Rekod Dalam Perniagaan	73
5.11	Taburan Menghadiri Kursus Ataupun Bengkel Kemahiran Perniagaan	74
5.12	Taburan Cadangan Kursus Yang Sesuai Di Anjurkan	75

SENARAI SINGKATAN

CFS	-	<i>Critical Success Factor</i>
CGC	-	<i>Credit Guarantee Corporation</i>
IKS	-	Industri Kecil dan Sederhana
KPA	-	Kementerian Perusahaan Awam
MECD	-	Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi
KSF	-	<i>Key Success Factor</i>
MARA	-	Majlis Amanah Rakyat
MITI	-	<i>Ministry of International Trade and Industry</i>
MPPB	-	Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian bumiputera
PKE	-	Perbadanan Kemajuan Ekonomi
PKEN	-	Perbadanan Kemajuan Ekonomi Negeri
PKS	-	Perusahaan Kecil dan Sederhana
PKKM	-	Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia
SJUK	-	Skim Jaminan Usahawan Kecil
SME	-	<i>Small and Medium Enterprise</i>
SMIDEC	-	<i>Small and Medium Sized Industry Development Corporation</i>
TEKUN	-	Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga
UDA	-	Perbadanan Pembangunan Bandar
YTN	-	Yayasan Tekun Nasional

BAB 1: PENGENALAN

1.0 Latar Belakang

Sebagai sebuah negara yang pesat membangun, Malaysia merancang untuk menaikkan taraf kehidupan dan ekonomi rakyatnya. Di peringkat penggubalan Dasar Ekonomi Baru (DEB) pada 1971, Malaysia telah mengenalpasti bahawa faktor ketiadaan sumber dana dan kemahiran serta tiada pendedahan dan juga peluang untuk menguruskan perniagaan menyebabkan bilangan usahawan kaum bumiputera amat rendah berbanding dengan kaum-kaum minoriti lain di Malaysia (Malaysia, 2002a dan Norfadzillah, 1994). Pada masa penggubalan DEB, kaum bumiputera juga didapati tidak mampu mengendalikan perniagaan dan perdagangan kerana tidak dilatih dan dibimbing untuk berbuat demikian (Business Times, 1990).

Sehubungan dengan itu semenjak pengenalan DEB, Malaysia telah merangka pelbagai tindakan dan melaksanakan pelbagai strategi bagi meningkatkan bilangan usahawan bumiputera yang berjaya. Agensi-agensi seperti Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD), Institut Standard dan Penyelidikan Malaysia (SIRIM), Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia (MEDEC), Institut Penyelidikan dan Pembangunan Pertanian Malaysia (MARDI) dan Perbadanan Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana (SMIDEC) ditubuhkan bagi melaksanakan pelbagai program termasuk program latihan untuk meningkatkan bilangan usahawan bumiputera yang berjaya. Pelbagai dana kewangan yang khusus bagi membantu usahawan bumiputera untuk memula atau mengembangkan perniagaan mereka seperti Tabung Usahawan Baru, Tabung Industri Kecil dan Sederhana; dan Modal Usaha Niaga juga diwujudkan (Moha Asri, 1997).

Bagi membolehkan Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) memainkan peranan yang lebih penting di masa akan datang, PKS memerlukan pendedahan dan pengetahuan yang lebih luas terhadap isu-isu perdagangan antarabangsa seperti AFTA, WTO, globalisasi dan lain-lain. Selain daripada itu, pembangunan kemahiran dan teknikal termasuk

pengetahuan dalam bidang teknologi maklumat untuk membolehkan PKS lebih berdaya saing di peringkat antarabangsa, seperti program peningkatan kemahiran yang dijalankan oleh SMIDEC.

Pelbagai dana telah diperkenalkan untuk membantu PKS yang baru dan ingin berkembang. Pada masa ini, terdapat lebih 36 buah dana PKS yang dikendalikan oleh berbagai kementerian dan agensi kerajaan termasuk Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI), MECD dan Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi (MOSTI). Sehubungan dengan itu, Bank Pembangunan (sekarang ini Bank SME) ditubuhkan di Malaysia untuk memberi kemudahan pinjaman kepada pengusaha-pengusaha Bumiputera untuk memajukan perusahaan. Walau bagaimanapun, dengan krisis kewangan yang telah melanda negara pada tahun 1997, peranan bank telah diperluaskan untuk membiayai projek-projek infrastruktur bagi tujuan membantu kerajaan memulihkan ekonomi negara dengan kadar yang segera. Tanpa pemberian kemudahan pinjaman dari Bank SME, kebanyakan projek infrastruktur terpaksa ditangguhkan. Ini sudah tentu akan menjejaskan usaha untuk memulihkan ekonomi Malaysia dalam masa yang singkat. Dasar operasi bank di Malaysia ditetapkan oleh Lembaga Pengarah yang terdiri daripada pakar-pakar industri perbankan dan kewangan. Pinjaman yang diberi oleh Bank SME bukan tiada had tetapi ia adalah berdasarkan kos dan daya maju projek serta keperluan syarikat yang terlibat dan kemampuan syarikat untuk membuat bayaran balik. Walau bagaimanapun Bank SME lebih memberi tumpuan kepada projek yang sederhana ke besar nilainya dan amat kurang memberi tumpuan kepada projek perniagaan kecil atau mikro. Tidak dapat dinafikan peranan perusahaan kecil dan mikro amat penting bagi pertumbuhan ekonomi negara. Sebagai contoh, pertumbuhan ekonomi Amerika dipengaruhi oleh aktiviti perniagaan kecil. Pada kebiasaannya imej syarikat kecil dibayangkan berdasarkan kepada syarikat marginal (Hosmer, et al,1993).

Kadar pertumbuhan ekonomi Malaysia yang pesat iaitu pada purata 8.4% setahun dalam tempoh masa 1989-1994 ternyata tidak akan tercapai tanpa sumbangan dan sokongan besar PKS, terutamanya perusahaan kecil. Lebih penting, pertumbuhan sektor

pembuatan yang amat memberansangkan sejak 1980-an telah meletakkan PKS sebagai industri penggerak utama dalam mempelbagaikan aktiviti di sektor ini (Moha Asri, 1994). Peranan dan sumbangan ini dijangka menjadi semakin penting dalam mencapai wawasan 2020 dan menjadikan negara ini sebagai sebuah negara perindustrian. Malah perusahaan kecil boleh dijadikan sebagai asas, tulang belakang dan pendokong dalam memenuhi hasrat dan cita-cita wawasan pembangunan ekonomi negara selepas 2020. Dewasa ini sumbangan PKS semakin terserlah dan ini dapat dilihat dalam beberapa bidang seperti jumlah pertubuhan, jumlah pekerjaan, nilai keluaran dan harta tetap.

1.1 Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN)

Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD) telah ditubuhkan pada 8 Mei 1995 berperanan sebagai agensi utama bagi pembangunan usahawan. Sejarah MECD bermula dengan penubuhan Kementerian Penyelaras Perbadanan Awam pada tahun 1974 yang kemudiannya ditukarkan kepada Kementerian Perusahaan Awam (KPA) pada tahun 1976. KPA bertanggungjawab untuk mengawasi dan menyelaras agensi-agensi perusahaan awam seperti Majlis Amanah Rakyat (MARA), Perbadanan Pembangunan Bandar (UDA) dan Perbadanan Kemajuan Ekonomi Negeri (PKEN). Penubuhan MECD bagi menggantikan KPA bertujuan memberi tumpuan dan penekanan khusus terhadap pembangunan usahawan Bumiputera ke arah pewujudan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian bumiputera (MPPB) (Malaysia, 2002b).

Menurut Laporan Tahunan MECD (2000), terdapat sebanyak lapan agensi yang bernaung di bawah MECD iaitu Majlis Amanah Rakyat (MARA), BPIMB, Perbadanan Jaminan Kredit (CGC), Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia (PKKM), Uda Holding Berhad (UHB), Perbadanan Nasional (PNS), Yayasan TEKUN Nasional (YTN) dan Perbadanan Kemajuan Ekonomi Negeri (PKEN). Kelapan-lapan agensi ini ditubuhkan untuk mencapai objektif utama MECD iaitu membangunkan usahawan yang berdaya maju, berdaya tahan dan berdaya saing dalam sektor ekonomi yang berkembang dan berpotensi di samping memupuk budaya keusahawanan di kalangan rakyat Malaysia yang mampu melahirkan usahawan yang berkualiti dan beretika.

Dari senarai di atas, satu skim yang telah dilaksanakan oleh MECD untuk membantu para usahawan bumiputera untuk menceburi bidang perniagaan kecil atau mikro. Skim ini telah diamanahkan kepada Yayasan TEKUN Nasional (YTN) untuk mengendalikan skim penyaluran modal tambahan yang mudah, cepat dan tidak membebankan kepada peniaga kecil.

Skim ini dikenali sebagai Skim Pinjaman TEKUN berteraskan konsep 'Pinjaman Asas Simpanan'. Pinjaman mikro atau kredit mikro yang diberikan digunakan sebagai modal tambahan untuk meningkatkan perniagaan sedia ada kepada usahawan kecil. Lebihan pulangan hasil kejayaan perniagaan pula disalurkan untuk disimpan dalam Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN) setiap minggu semasa membuat ansuran bayaran balik.

TEKUN ialah singkatan kepada **Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga**. Hasil kajian yang dilakukan mendapati gabungan perkataan ini amat sesuai dengan hasrat kerajaan untuk mewujudkan peniaga kecil bumiputera yang tekun berusaha, tekun berniaga dan tekun dalam segala aspek. Nama TEKUN juga dipilih kerana ia merupakan perkataan bermotivasi untuk ke arah kecemerlangan dalam apa jua bidang jika ianya diamalkan.

Objektif penubuhan program TEKUN ialah menawarkan modal tambahan dengan mudah, cepat dan tidak membebankan. Ianya akan menggalakkan budaya menabung di kalangan peniaga kecil dengan mewujudkan satu jaringan usahawan secara berkelompok dan seterusnya membina usahawan yang berwawasan, berdaya saing serta membina kemahiran keusahawanan.

Tujuan utama penubuhan TEKUN adalah untuk mewujudkan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera. Ianya memudahkan peniaga kecil bumiputera memperolehi pinjaman dari bank dan institusi kewangan yang mensyaratkan cagaran, penjamin dan pembentangan kertas kerja.

Melalui skim ini peniaga-peniaga kecil Bumiputera dijangka mampu untuk membayar balik pinjaman kecil secara mingguan apabila kutipan dibuat di premis perniagaan mereka. Setakat ini prestasi bayaran balik pinjaman mampu mencapai sehingga 95 peratus. Pemohon pinjaman tidak perlu untuk mengemukakan cagaran, penjamin dan kertas kerja.

Objektif penubuhan TEKUN adalah untuk menawarkan modal tambahan dengan mudah, cepat dan tidak membebankan. Ianya bersesuaian dengan sasarannya yang lebih tertumpu kepada peniaga-peniaga kecil bumiputera. Selain daripada itu, ianya berperanan untuk menggalakkan budaya menabung dikalangan peniaga kecil. Ini akan membolehkan mereka mengembangkan perniagaan dengan tidak perlu lagi untuk membuat pinjaman.

Skim pinjaman TEKUN ditawarkan kepada mereka yang sedang menjalankan perniagaan dan terdapat beberapa syarat kelayakan asas bagi membolehkan mereka memperolehi skim pinjaman ini. Usahawan yang memohon skim ini mestilah warganegara Malaysia dan mempunyai status bumiputera. Selain itu, mereka mestilah berumur di dalam lingkungan 18 tahun sehinggalah 60 tahun dan terlibat secara langsung dengan perniagaan yang sedang dijalankan. Seterusnya, mereka mestilah mempunyai tempat perniagaan yang khusus dan mempunyai lesen atau permit perniagaan yang sah. Ini selaras dengan matlamat penubuhannya yang berperanan untuk menyalurkan modal tambahan kepada peniaga.

Terdapat enam jenis perniagaan yang layak untuk memohon skim ini. Jenis perniagaan yang pertama ialah jenis gerai tetap. Ianya merangkumi gerai pasar, gerai menjual makanan dan minuman, gerai menjual barang-barang keperluan harian. Gerai bergerak juga layak untuk membuat pinjaman daripada skim ini. Ianya melibatkan gerai pasar malam, pasar tani, pekan sehari dan lain-lain.

Perniagaan jenis kedai tetap juga terlibat secara langsung dengan rancangan ini. Jenis perniagaan yang berada di bawah kedai tetap ialah restoran dan kedai-kedai yang

menjual barangan runcit, pakaian, pinggan mangkuk, keperluan perkakasan dapur, kraftangan dan perhiasan dan ubat-ubatan.

Seterusnya ialah jenis perniagaan yang menawarkan perkhidmatan kepada pelanggannya. Jenis perniagaan perkhidmatan ialah kedai jahitan, salon rambut dan kecantikan, studio gambar, kerja kimpalan, bengkel motor, mekanik radio dan televisyen, kedai membaiki alat elektrik, pengiklanan dan membuat papan tanda, kedai membaiki kasut, kedai jam dan lain-lain.

Perkhidmatan pengangkutan juga layak untuk memohon skim ini. Ianya termasuk pengusaha lori kecil dan perniagaan yang terlibat dengan pengangkutan. Skim ini turut menawarkan pinjaman kepada jenis perniagaan yang terlibat dengan pembuatan. Hanya sektor pembuatan yang berada di bawah industri kecil sahaja ditawarkan oleh skim ini. Contohnya ialah perniagaan memproses makanan, sos cili, kuih dan lain-lain. Sila rujuk lampiran A untuk maklumat lanjut mengenai aktiviti perniagaan usahawan TEKUN.

1.2 Perbadanan Jaminan Kredit (CGC)

Misi diwujudkan CGC adalah untuk membantu perusahaan kecil dan sederhana mencapai objektif mereka melalui penyediaan pembiayaan dan lain-lain perkhidmatan dengan tahap komitmen, profesionalisma, kecekapan dan keberkesanan yang tinggi dengan mengambil kira pertimbangan kemanusiaan serta kesedaran misi ini akan tercapai dengan berkat Tuhan (CGC, 2003).

Perbadanan ini telah ditubuhkan oleh kerajaan pada tahun 1972 dengan Bank Negara dan semua 37 buah bank perdagangan sebagai pemegang sahamnya sehingga kini terdapat 41 syarikat kewangan berlesen yang beroperasi di Malaysia (Moha Asri 1997).

Kriteria kelayakan usahawan yang layak untuk memohon pinjaman di bawah CGC ialah perniagaan yang dimiliki mestilah milik warganegara Malaysia, hasil jualan tahunan syarikat mestilah tidak melebihi RM25.0 juta setahun dan mempunyai pekerja tetap kurang daripada 150 orang. Seterusnya, peminjam hendaklah mempunyai rekod

kewangan yang baik dan tidak disenaraikan di bawah Biro Maklumat Cek Bank Negara Malaysia (CGC, 2003).

Agensi ini dibangunkan untuk membantu usahawan kecil yang mempunyai perniagaan atau projek yang berdaya maju untuk mendapatkan pinjaman dengan jaminan pinjaman CGC. Untuk mendapatkan pinjaman kewangan berbagai-bagai skim telah diwujudkan oleh kerajaan seperti Skim Jaminan Usahawan Kecil (SJUK), Skim Pembiayaan Francais, Skim Jaminan Laluan Terus dan berbagai-bagai lagi jenis skim. CGC merupakan badan yang ditubuhkan untuk menjamin pihak usahawan berurusan dengan pihak bank apabila mereka memerlukan pinjaman khususnya usahawan yang kekurangan atau tidak mempunyai cagaran atau rekod prestasi dalam perniagaan. Kemudahan ini mengikut syarat-syarat yang ditetapkan oleh CGC, kerajaan dan bank (CGC, 2002).

1.3 Penyataan masalah

Faktor kejayaan kritikal (CSF), merupakan elemen terpenting bagi mencapai kelebihan bersaing bagi firma-firma di dalam industri sedia ada. CSFs menunjukkan prestasi firma yang berjaya dan tidak berjaya mencapai sasaran misi dan visi yang telah dibentuk sebelum oraganisasi tersebut ditubuhkan. Organisasi yang berjaya mengenalpasti dan menggunakan CSFs akan membentuk keunikan bagi membolehkan mereka mencapai kelebihan bersaing. Ianya mestilah disokong dengan aktiviti yang berkaitan dengan aktiviti firma sedia ada. Oleh yang demikian, kajian akan meliputi faktor-faktor kejayaan kritikal bagi seseorang usahawan dan membandingkannya dengan ciri-ciri yang terdapat pada usahawan yang dikaji dalam kajian ini. Ianya akan mengambil berat mengenai cabaran-cabaran di alaf baru khususnya di dalam perindustrian pembuatan di negara ini.

Kajian ini juga memberi tumpuan kepada perlaksanaan dan perancangan yang telah dibangunkan di bawah skim Yayasan TEKUN Nasional untuk merealisasikan hasrat kerajaan bagi melahirkan usahawan bumiputera yang berdaya saing sepertimana yang termaktub di dalam objektif penubuhannya.

Pinjaman yang diberikan oleh skim ini bertujuan untuk menjadi dana permulaan atau tambahan kepada pembangunan dan pelaksanaan aktiviti sedia ada yang dijalankan oleh para usahawan yang terlibat. Justeru itu, mampukah para usahawan tersebut menggunakan dana tersebut untuk memperkembangkan aktiviti perniagaan yang mereka laksanakan?

1.4 Matlamat Kajian

Kajian yang dijalankan ini belum pernah dikaji oleh mana-mana pihak di Negeri Johor. Oleh itu, hasil kajian ini dapat dijadikan panduan utama kepada agensi yang terbabit dalam melahirkan para usahawan bagi mengetahui faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan kecil seterusnya perniagaan yang mereka jalankan.

Disamping itu ia juga boleh dijadikan rujukan kepada bakal usahawan agar dapat mengetahui maklumat-maklumat berkaitan dengan PKS, MECD dan agensi-agensinya serta maklumat-maklumat lain yang terkandung didalamnya.

1.5 Objektif Kajian

Objektif kajian ini ialah :

- i.) Menenalpasti faktor kejayaan kritikal usahawan kecil di kawasan kajian dengan mengenal pasti KSF dan CSF yang ada pada seseorang usahawan dan firma serta membandingkannya dengan ciri-ciri yang ada pada usahawan dan perniagaan mereka.
- ii.) Menentukan jenis perniagaan yang menjadi pilihan usahawan kecil untuk menjalankan perniagaan mereka mengikut kelompok kawasan yang terpilih.
- iii.) Menenalpasti kaedah penggunaan dana modal tambahan yang diberikan oleh Yayasan TEKUN Nasional dalam program ini digunakan oleh usahawan yang terbabit.

1.6 Skop Kajian

Kajian ini memberi tumpuan kepada usahawan yang telah berjaya di bawah program Yayasan Tekun Nasional, Kementerian Pembangunan Usahawan. Tumpuan kajian ini melibatkan kelompok kawasan terpilih di dalam negeri Johor.

Terdapat pelbagai jenis perniagaan yang dijalankan oleh para usahawan yang terbabit di dalam perniagaan jenis mikro industri. Antaranya ialah gerai tetap, kedai tetap, perniagaan perkhidmatan, gerai bergerak, perkhidmatan pengangkutan dan juga pembuatan. Justeru itu, kajian ini akan melihat secara menyeluruh jenis perniagaan yang menjadi pilihan utama para usahawan kecil yang telah berjaya dan memenuhi syarat kelayakan untuk memohon pinjaman peringkat kedua.

Dengan adanya pelbagai kemudahan yang disediakan oleh agensi kerajaan, maka peluang untuk para usahawan ini meningkatkan prestasi dan mengembangkan perniagaan mereka adalah lebih besar. Sebagai contoh, dana modal tambahan di dalam skim TEKUN telah diwujudkan untuk membantu para usahawan untuk mengembangkan perniagaan mereka. Selain daripada itu, Perbadanan Jaminan Kredit (CGC) telah dipertanggungjawabkan untuk memberi jaminan pinjaman kepada usahawan yang layak memohon pinjaman di bawah program ini. Ini bermakna hanya usahawan berjaya sahaja yang layak untuk memohon dan menerima pinjaman kedua dan seterusnya mendapat jaminan CGC untuk membesar dan memperkembangkan perniagaan mereka.

Kajian ini juga memberi tumpuan kepada beberapa sesi temubual dengan pihak pengurusan yang terlibat dalam program YTN seperti pengurus operasi YTN, pengarah MARA negeri Johor dan pegawai-pegawai TEKUN di kawasan kajian.

1.7 Batasan Kajian

Kajian ini hanya menggambarkan faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan kecil di beberapa kawasan sekitar negeri Johor. Ini tidak menggambarkan faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan kecil di lain-lain negeri di Malaysia. Kajian ini juga hanya

memfokuskan kepada usahawan kecil yang berjaya mendapat pinjaman kedua skim TEKUN sahaja.

Pengumpulan data telah dilakukan melalui kaedah pengedaran borang soal selidik. Ketepatan dan kesahihan yang didapati melalui kaedah ini bergantung kepada jawapan yang telah diberikan oleh responden. Pengkaji juga menghadapi masalah dalam usaha untuk mengumpul kembali borang soal selidik yang diedarkan. Kaedah pengumpulan data primer adalah terhad kepada borang soal selidik yang dikembalikan dan mempunyai jawapan yang lengkap.

Masa yang terhad dan kos pengangkutan yang tinggi menjadi beban kepada pengkaji dalam menjalankan kajian ini. Masa yang singkat menyukarkan pengkaji untuk mengumpulkan maklumat yang mencukupi dan tepat mengenai topik kajian. Malah, ia juga menghadkan pengkaji untuk mencari maklumat di kawasan yang jauh dari Johor Bahru bagi memantapkan lagi kajian ini.

1.8 Kepentingan Kajian

Terdapat pelbagai kepentingan kajian yang dapat dimanfaatkan melalui penghasilan kajian ini. Di antaranya ialah mengetahui faktor kejayaan kritikal usahawan kecil di kelompok yang terpilih dan boleh dicontohi oleh usahawan yang lain.

Selain daripada itu, ianya juga dapat digunakan sebagai bahan rujukan dan ilmiah tambahan bagi pihak yang ingin membuat kajian. Seterusnya kajian ini memberi gambaran mengenai peluang dan sektor yang boleh diceburi oleh individu yang menceburi bidang perniagaan berdasarkan kepada sektor yang menjadi pilihan utama para usahawan yang telah berjaya di bawah program TEKUN.

1.9 Hipotesis Kajian

Kajian ini melibatkan tinjauan ke atas kajian-kajian lepas dan pemerhatian sebagai sumber pembentukan hipotesis kajian.

- i. **Hipotesis 1: Kejayaan usahawan kecil di bawah kredit dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap risiko.**

Sikap positif terhadap risiko akan membolehkan seseorang usahawan itu berjaya dan dapat bertahan lama di dalam perniagaannya. Secara umumnya, ianya akan menjadi bonus dan kelebihan kepada usahawan yang memilikinya berbanding dengan mereka yang akan mengelak daripadanya (Md Mohar et al., 2000; Rosdi, 2000; Nadzri, 2000; Usahawan Sukses, 2002; Harper, 1996; Lambing, 2000; Khaairuddin, 1996; Chow, W. S, 2000; Nieuwenhuizen dan Kroon, 2001).

- ii. **Hipotesis 2: Minat terhadap perniagaan sebagai satu faktor kejayaan usahawan yang menerima kredit mikro.**

Usahawan yang berminat dengan bidang yang diceburinya akan membolehkannya bersaing dengan lebih efektif dan berkeyakinan apabila menghadapi pesaingnya dan cabaran (Khaairuddin, 1996; Nadzri, 2000).

- iii. **Hipotesis 3: Kejayaan dalam perniagaan usahawan kecil yang menerima kredit mikro dipengaruhi oleh tahap hubungan jaringan dengan pelanggan.**

Hubungan baik di antara individu yang terlibat dalam perniagaan dengan pelanggan adalah amat penting bagi menjamin ketahanan usahawan tersebut di dalam industri yang diceburinya (Rosdi, 2002).

- iv. **Hipotesis 4: Kejayaan dalam perniagaan usahawan kecil yang menerima kredit mikro dipengaruhi oleh tahap hubungan jaringan dengan pembekal.**

Komunikasi dengan pembekal merupakan salah satu aspek yang membezakan di antara firma yang berjaya dan tidak berjaya (Duchesneau dan Gartner, 1988).

1.10 Ringkasan

Kajian ini melihat secara umum keadaan dan potensi ekonomi Malaysia secara keseluruhan. Ianya juga mengambil kira kepentingan kewujudan program kredit mikro yang telah ditubuhkan di bawah MECD yang bertanggungjawab untuk merealisasikan hasrat kerajaan untuk mewujudkan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian

Bumiputera (MPPB). Oleh yang demikian, kajian ini memberi tumpuan kepada faktor yang membolehkan para usahawan kecil yang menerima kredit mikro berjaya. Ianya juga dapat membantu pihak yang bertanggungjawab untuk memperolehi data bagi membolehkan mereka membangunkan lagi program ini pada masa akan datang.

BAB 2: PERUSAHAAN KECIL

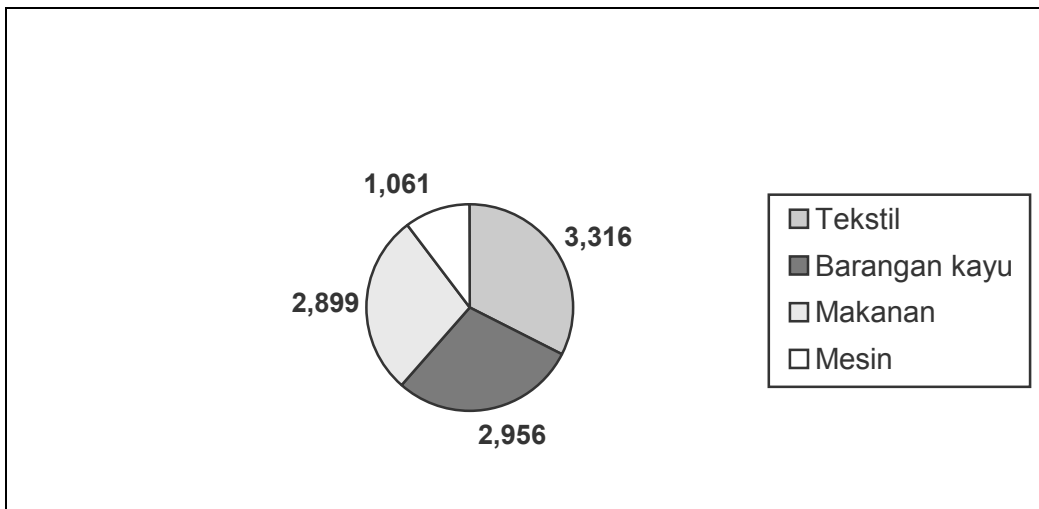
2.0 Pengenalan

Bab ini membincangkan pendekatan dan dapatan yang diperolehi daripada kajian terdahulu samada dari dalam dan luar negara yang berkaitan dengan sekim kredit mikro. Tujuan perbincangan di bab ini ialah untuk mengenalpasti faktor-faktor kejayaan usahawan di dalam industri kecil dan potensinya untuk dibangunkan oleh agensi-agensi kerajaan yang terbabit.

2.1 Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS)

Pada dasarnya, PKS tidak mempunyai sebarang pengertian yang sah dan mutlak. Setiap individu, penyelidik, ahli akademik, penggubal polisi, agensi mahupun institusi memberi pengertian yang berlainan dan pelbagai. Kebanyakan pengertian yang dimajukan sebelum ini menggunakan ciri mengikut keperluan dan kesesuaian tertentu.

Berdasarkan kepada kajian yang telah dijalankan bilangan dan jenis PKS di negara ini menurut profail terkini bagi PKS adalah seperti dalam Rajah2.1.



Rajah 2.1 : Jumlah PKS di Malaysia Mengikut Kategori Perusahaan (SMIDEC, 2002)

PKS didefinisikan sebagai perusahaan perkilangan yang mempunyai nilai tahunannya yang tidak melebihi RM 25 juta dengan tenaga kerja sepenuh masa kurang daripada 150 orang pekerja (Malaysia, 2002). Manakala perusahaan kecil pula ialah perusahaan yang memproses bahan mentah bukan daripada toksid seperti perkakasan elektronik, alat tulis, barang kemas dan sebagainya. Manakala perusahaan sederhana pula didefinisikan sebagai perusahaan yang menghasilkan mentega, sabun, susu, mengetin buah-buahan, perabot dan lain-lain (Usahawan Sukses, 2002). Walau bagaimanapun definisi ini tidak lagi sesuai digunakan kerana tidak mengambil kira perusahaan dalam industri perkhidmatan yang menjadi kian penting di Malaysia.

Perusahaan kecil juga dikatakan sebagai organisasi yang mempunyai aset tetap yang kurang daripada RM250,000 (Fong, 1987). Menurut Ozcan (1995), melalui kajiannya yang dijalankan di Turki mendefinisikan industri kecil merangkumi tiga kriteria iaitu mempunyai premis perniagaan, pekerja yang sedikit dan struktur pengurusan yang personal.

Hor (September 2001), *The Small and Medium sized Industries Development Corporation* (SMIDEC) mendefinisikan PKS sebagai industri yang mempunyai pulangan hasil jualan tahunan tidak melebihi RM25 juta dan mempunyai pekerja sepenuh masa tidak melebihi 150 orang. Menurutnya, definisi PKS di Asia adalah berbeza mengikut negara. Ianya mengambilkira dua aspek iaitu pulangan hasil jualan tahunan dan bilangan pekerja sepenuh masa bagi industri tersebut. Rujuk Jadual 2.1 merumuskan definisi di atas.

Jadual 2.1: Perbezaan definisi PKS (Hor, 2001)

Negara	Definisi PKS	Pengukuran
Indonesia	Kurang 100 pekerja	Pekerja
Jepun	Kurang 300 pekerja atau kurang Y 10 juta aset	Pekerja dan aset
Korea	Pembuatan – kurang 300 pekerja Perkhidmatan – kurang 20 pekerja	Pekerja
Malaysia	Pulangan – kurang RM 25 juta dan 150 pekerja Berbeza bagi perusahaan Bumiputera	Pemegang saham, dana dan pekerja
Filipina	Kurang 200 pekerja atau kurang P 40 juta aset	Pekerja dan aset
Singapura	Pembuatan – kurang S 12 juta aset tetap Perkhidmatan – kurang 100 pekerja	Pekerja dan aset
Thailand	Kurang 200 pekerja untuk intensif buruh Kurang 100 juta Baht untuk intensif modal	Pekerja dan modal

Di Malaysia, pengertian PKS juga tiada yang khusus. Individu, agensi dan institusi kerajaan memberikan pengertian yang pelbagai terhadap definisi sebenar PKS. Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (MITI) pernah menggariskan beberapa pengertian umum tetapi sentiasa berubah mengikut masa. Misalnya Akta Penyelarasan Perindustrian atau *Industrial Coordination Act* yang telah diperkenalkan pada tahun 1975 mengkehendaki sebuah kilang yang beroperasi dengan jumlah tenaga buruh sepenuh masa lebih daripada 25 orang dan modal berbayar lebih daripada RM250,000 supaya memohon lesen pengilang baru. Pada tahun 1985 akta ini dipinda dan digubal semula pada tahun berikutnya. Ini bermakna bahawa PKS mempunyai pekerja sepenuh masa kurang daripada 75 orang dan modal berbayar kurang daripada RM7.5 juta, ianya telah digolongkan sebagai PKS serta tidak perlu mendaftar di bawah Akta Penyelarasan Perindustrian (Moha Asri 1997).

Sementara itu, melalui penyelidikan yang telah dibuat oleh Perbadanan Jaminan Kredit (CGC), industri kecil merupakan industri yang memiliki modal kerja berbayar dan rezab kurang daripada RM100,000 bagi bumiputera dan RM200,000 bagi bukan bumiputera.

Secara umumnya, industri dapat dibahagikan kepada pelbagai saiz operasi iaitu kepada tiga kategori utama iaitu industri bersaiz kecil sebagai operasi perniagaan dan perusahaan yang mempunyai pekerja kurang daripada 50 orang, industri bersaiz sederhana pula menjalankan operasi perniagaan dan perusahaan yang mempunyai pekerja kurang daripada 50 hingga 199 orang dan industri bersaiz besar adalah firma yang mempunyai pekerja 200 orang dan ke atas (Moha Asri, 1997).

Sumbangan PKS kepada pertumbuhan ekonomi Negara amatlah besar. Pada tahun 1994 misalnya, PKS terdiri 84.1% dari jumlah keseluruhan pertumbuhan pengilangan dalam sektor perkilangan di Malaysia. PKS juga menyediakan sebanyak 44.2% peluang pekerjaan dari jumlah tenaga kerja dalam sektor perkilangan, 48.9% dan 31.7% masing-masing dalam jumlah nilai keluaran dan jumlah nilai harta tetap (Moha Asri 1995). Lebih penting daripada peratusan perangkaan di atas ialah peranan sebenar yang dimainkan oleh PKS dalam pertumbuhan sektor perkilangan dan keseluruhan pembangunan ekonomi negara. Secara umumnya, PKS membuka banyak peluang pekerjaan, sumbangan dalam meningkatkan jumlah simpanan negara dan menjimatkan tukaran wang asing, mewujudkan distribusi pendapatan yang lebih baik, membantu dalam melahirkan dan meningkatkan kemahiran di kalangan tenaga kerja terlibat baik di peringkat pekerja mahupun pada peringkat pengurusan dan membantu dalam meningkatkan arus pemindahan teknologi asing. Rencana ini cuba mendedahkan hubungalin antara pertumbuhan sektor perkilangan dengan perkembangan IKS di Malaysia. Penekanan utama akan diberikan terhadap sumbangan penting IKS kepada pertumbuhan sektor perkilangan dan perkembangan ekonomi negara secara keseluruhannya. Pertumbuhan pesat ekonomi negara sejak 1970-an telah membuka ruang yang luas kepada pertumbuhan aktiviti dalam sektor perkilangan. Pada tahun 1970-an, sumbangan sektor ini kepada KDNK ialah 13.4% sahaja (Malaysia, 1975).

2.1.1 Pengenalan dan Definisi Perniagaan Kecil

Definisi perniagaan pada umumnya tidak dapat ditafsirkan dengan tepat. Ini kerana terdapat pelbagai pendapat mengenainya. Walau bagaimanapun, terdapat konsep teras

yang digunakan bagi mendefinisikan perniagaan kecil. Ia melibatkan kesesuaian perniagaan itu sendiri, peranan, fungsi dan operasi serta pentadbiran masing-masing.

MITI melalui Bahagian Perniagaan Kecil, mendefinisikan perniagaan kecil sebagai perniagaan yang mempunyai modal berbayar tidak melebihi RM500,000. MARA pula mendefinisikan perniagaan kecil mempunyai modal berbayar sebanyak RM200,000. Manakala CGC mendefinisikan perniagaan kecil mempunyai modal berbayar kurang daripada RM100,000. Menurut *Industrial Coordination Act* pindaan 1975 pula, perniagaan kecil ialah perniagaan yang beroperasi dengan bilangan pekerja sepenuh masa yang melebihi daripada 25 orang dengan modal berbayar melebihi RM 250,000 dan dikehendaki untuk memohon lesen. Secara umumnya, perniagaan kecil boleh ditafsirkan sebagai perniagaan yang mempunyai jumlah pekerja yang kurang daripada 50 orang dengan modal berbayar sebanyak RM500,000.

Akhir dekad ini perniagaan kecil telah banyak membantu kepada perkembangan dan pertumbuhan ekonomi negara. Ianya telah dibangunkan dalam pelbagai bidang seperti sektor pembuatan, perkhidmatan dan peruncitan sejajar dengan fungsinya sebagai tulang belakang kepada pertumbuhan firma-firma besar.

Terdapat beberapa sebab kenapa perniagaan kecil memainkan peranan penting di dalam pertumbuhan ekonomi negara. Firma yang kecil akan menyediakan keperluan yang khusus kepada pelanggan dengan julat pilihan yang lebih luas. Aktiviti pembaharuan dan kreativiti dapat dijalankan dengan lebih mudah dan ianya membantu pembaharuan dalam perkhidmatan dan teknologi. Seterusnya, perniagaan kecil akan menyediakan peluang kerjaya bagi mereka paling produktif dengan persekitaran yang tak formal (Hosmer et al., 1993).

2.1.2 Ciri-Ciri Perniagaan Kecil

Ruang lingkup perniagaan kecil merangkumi pelbagai jenis aktiviti perniagaan. Perniagaan kecil mampu untuk mengeluarkan barangan yang tidak mampu untuk dikeluarkan oleh firma-firma besar. Perniagaan kecil juga mampu untuk memenuhi

citarasa tempatan kerana ianya dikeluarkan berteraskan kepada sumber-sumber yang terdapat di sekitar kawasan perniagaan. Struktur organisasi dan penggunaan modal perniagaan kecil adalah lebih mudah kerana ianya dijalankan secara kecil-kecilan. Manakala tenaga kerjanya pula adalah mudah kerana ianya melibatkan ahli keluarga, jiran dan sebagainya. Intensif buruh menjadi pilihan kerana perniagaan yang dijalankan adalah lebih mudah dilaksanakan dan dapat menjimatkan kos pengeluaran (Moha Asri, 2000).

Menurut Megginson et al. (2000), sebuah perusahaan kecil mestilah memiliki:

- i) Pengurusan yang bebas kerana pengurusnya juga adalah pemilik perniagaan tersebut.
- ii) Modal disediakan dan perusahaan dimiliki oleh seorang atau beberapa individu.
- iii) Kawasan operasi adalah setempat walaupun pasaran tidak semestina setempat.
- iv) Pernaigaan adalah kecil berbanding dengan pesaing besar dalam industri.

2.1.3 Kelebihan Perniagaan Kecil

Kepentingan perusahaan kecil di Eropah mula menurun pada tahun 1911 tetapi kembali menjadi penyumbang besar kepada ekonomi negara-negara Eropah selepas 1965 (Storey, 1996). Menurut Storey, di antara faktor utama yang membantu kepada kemunculan perusahaan kecil sebagai penyumbang besar ekonomi ialah perubahan teknologi. Kadar pertumbuhan pesat yang dialami oleh perusahaan kecil amat berkait rapat dengan pembangunan teknologi baru di abad ini.

Perusahaan kecil mempunyai beberapa kebaikan jika dibandingkan dengan perusahaan sederhana dan besar. Menurut Moha Asri (2000), kebaikan yang dimiliki oleh perniagaan kecil ialah fleksibiliti dalam pengurusan iaitu mereka lebih fleksibel ke arah keperluan dan perubahan yang berlaku dalam persekitaran tempatan dan mempunyai

struktur birokrasi yang sentiasa berubah-ubah mengikut keperluan. Perusahaan kecil juga mempunyai hubungan yang baik dengan pelanggan serta membolehkan usahawan menyediakan keperluan dan perkhidmatan yang khusus kepada pelanggannya (Hodgetts dan Kuratko, 1998).

Menurut Moha Asri lagi hubungan usahawan perniagaan kecil dengan pekerjaanya juga terlalu rapat. Malah kebanyakan mereka yang bekerja adalah daripada kalangan ahli keluarga itu sendiri. Kos gaji yang rendah juga menjadi kelebihan perniagaan kecil kerana pekerja yang dipilih tidak memerlukan kelayakan pendidikan mahupun pengalaman berbanding dengan firma besar.

Selain itu, perniagaan kecil mempunyai peluang-peluang kecil dan menguntungkan yang banyak di mana peluang ini tidak dapat diambil oleh firma besar. Program bantuan juga banyak memihak kepada perniagaan kecil. Kerajaan memberikan galakan dan sokongan sepenuhnya kepada perniagaan kecil kerana menyedari bahawa peranan perniagaan kecil adalah penting dalam pembangunan ekonomi negara.

Kebaikan perusahaan kecil dapat dirumuskan seperti berikut (Hodgetts dan Kuratko, 1998; Megginson et al., 2000):

- i) Kebebasan – Kebanyakan pemilik perusahaan kecil suka dan berbangga menjadi “boss” kepada diri sendiri. Mereka mempunyai kebebasan untuk melakukan sesuatu mengikut kesukaan mereka. Walaupun “kebebasan” ini mempunyai tanggungjawab besar tetapi pemilik perusahaan kecil sanggup menanggungnya.
- ii) Peluang kewangan – Kebanyakan pemilik perusahaan kecil memperoleh pendapatan lebih besar dengan mengurus perusahaan sendiri dari “makan gaji”.
- iii) Perkhidmatan kepada masyarakat – Ada kalanya seorang individu menyedari tentang ketiadaan suatu produk atau perkhidmatan dan yakin masyarakat sanggup membayar untuk mendapatkan produk dan perkhidmatan tersebut. Oleh itu

beliau akan memulakan suatu perusahaan kecil untuk menyediakan produk atau perkhidmatan tersebut kepada masyarakat.

- iv) Jaminan kerja – Bagi seorang pemilik perusahaan kecil, kerjanya terjamin. Beliau boleh bekerja selama mana yang ia kehendaki kerana tidak perlu berpencen dari kerjanya.
- v) Peluang pekerjaan untuk ahli keluarga – Perusahaan kecil menyediakan peluang pekerjaan kepada ahli keluarga pemilik. Adakalanya pemilik berhasrat untuk memastikan penerusan perusahaan tersebut selepas ketiadaannya boleh memastikan bahawa anak atau saudara-mara beliau akan mengambil alih perusahaan tersebut. Disamping itu, perusahaan kecil yang diurus oleh ahli keluarga mempunyai tahap kepercayaan yang tinggi berbanding dengan perusahaan yang diurus oleh orang lain.
- vi) Cabaran – Kebanyakan pemilik perusahaan kecil memulakan perusahaan mereka kerana tertarik dengan cabaran yang akan dihadapi apabila menjalankan perusahaan sendiri. Hasil penyelidikan telah membuktikan bahawa pemilik perusahaan kecil yang berjaya lebih cenderung untuk menghadapi risiko. Mereka yakin peluang untuk berjaya amat bergantung kepada kemampuan dan keupayaan diri sendiri. Cabaran ini memberi kepuasan psikologi kepada diri mereka.
- v) Menggalakkan inovasi dan fleksibiliti – Perusahaan kecil lazimnya merupakan sumber idea, bahan, proses dan perkhidmatan baru yang tidak dihasilkan oleh perusahaan besar. Melalui perusahaan kecil ujikaji boleh dijalankan, inovasi boleh diperkenalkan dan operasi baru boleh dimulakan.
- vi) Memastikan perusahaan besar sentiasa bersaing – Dengan memperkenalkan produk dan perkhidmatan baru, perusahaan kecil menggalakkan persaingan sama ada dari segi harga, rekabentuk dan kecekapan.

2.2 Pembiayaan Modal Perusahaan Kecil

Pembiayaan modal merupakan aspek yang paling rumit dalam memulakan suatu perniagaan kecil (Ang, 1991; Ang, 1992). Cabaran untuk mendapatkan pembiayaan modal di kalangan perusahaan kecil banyak dibincangkan dan didokumenkan oleh beberapa penyelidik dan penulis (Auken, 2002). Kekurangan pembiayaan merupakan punca utama sebuah perusahaan kecil gagal. Tanpa pembiayaan yang mencukupi, seorang usahawan kecil tidak mampu untuk membeli dan menyenggara fasiliti, mengambil pekerja, menghasilkan dan memasarkan produk (Megginson et al., 2000)

Teori Modigliani dan Miller's (1958) tentang struktur modal mengandaikan bahawa setiap perusahaan mempunyai maklumat lengkap tentang pinjaman dan ekuiti yang boleh mereka perolehi. Walau bagaimanapun perusahaan kecil mempunyai pendedahan yang berbeza terhadap maklumat pembiayaan jika dibandingkan dengan perusahaan besar. Coleman and Cohn (2000) menekankan bahawa perusahaan kecil mempunyai pendedahan yang terhad ke atas pasaran ekuiti dan pinjaman awam. Manakala perusahaan besar boleh mengeluarkan saham atau bon untuk membiayai perniagaan mereka, perusahaan kecil tidak berupaya berbuat demikian. Sebagai alternatif, perusahaan kecil amat bergantung kepada kredit perdagangan (trade credit), pinjaman dari pihak bank, dan sumber pembiayaan tak formal seperti simpanan sendiri, kad kredit dan pinjaman dari keluarga dan kawan (Ang 1992; Ang et al., 1995; Bink and Ennew 1996).

Dapatan beberapa kajian tentang pembiayaan perusahaan kecil menunjukkan bahawa bank merupakan sumber luar utama perusahaan kecil untuk mendapatkan pembiayaan modal (Coleman, 2000). Kajian yang dijalankan oleh National Foundation of women Business Owners pada 1996, mendapati 48% perusahaan kecil mendapatkan sumber pembiayaan mereka dari bank-bank. Ini bermakna teori struktur modal tradisional tidak boleh di aplikasikan di kalangan perusahaan kecil (Coleman, 2002).

Hustedde and Pulver (1992) dalam kajian mereka ke atas sekumpulan usahawan kecil yang telah berjaya dan juga yang tidak berjaya untuk memperolehi pembiayaan modal mendapati kejayaan untuk mendapatkan pembiayaan bersandar kepada ciri-ciri usahawan, ciri-ciri perusahaan dan peringkat perniagaan, jenis industri dan lokasi. Manakala Hisrich and Brush (1987) pula mendapati kekangan yang dialami oleh perusahaan kecil untuk mendapatkan pembiayaan ialah cagaran yang dikenakan oleh institusi kewangan. Di sinilah peranan yang dimainkan oleh skim kredit mikro dalam memudahkan usahawan kecil mendapat pembiayaan modal tanpa cagaran dan lain-lain syarat ketat.

2.3 Ringkasan

Berbagai definisi PKS telah digunakan untuk menentukan apakah perusahaan kecil. PKS tidak mempunyai sebarang pengertian yang sahih dan mutlak. Kebanyakan pengertian yang dimajukan menggunakan ciri mengikut keperluan dan kesesuaian tertentu.

BAB 3: FAKTOR-FAKTOR KEJAYAAN UTAMA (KEY SUCCESS FACTOR - KSF) USAHAWAN

3.0 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan tentang apa itu CSF (Critical Success Factor), dan seterusnya tentang KSF (Key Success Factor) yang terdapat dalam diri usahawan dan perusahaannya.

3.1 KSF Usahawan

KSF secara amnya menerangkan bahawa setiap perniagaan sepatutnya perlu mempunyai faktor-faktor kejayaan utama. Tetapi tidak semestinya semua syarikat mempunyai faktor-faktor kejayaan yang sama. Menurut Austin (2002), CSF merupakan satu kunci untuk mengenalpasti kepuasan pencapaian sesuatu organisasi dalam usaha untuk mencapai matlamat mereka. Menurut beliau lagi CSF merupakan satu cara untuk mengenalpasti keperluan yang perlu ada untuk mencapai sesuatu kejayaan.

Setiap syarikat mempunyai CSF yang tersendiri untuk mencapai kejayaan bagi perniagaan masing-masing. Kajian-kajian lalu banyak menerangkan tentang CSF syarikat luar negara yang berjaya. Ciri-ciri usahawan yang berjaya ialah mereka yang tidak takut kepada kekuatan musuh dengan menjadikannya sebagai kekuatan untuk bersaing. Mereka mestilah memulakan sesuatu dengan tidak mengharapkan semata-mata kepada peluang yang diberikan. Usahawan yang berjaya juga mestilah cepat bertindak untuk mengubah strategi yang mereka laksanakan berdasarkan kepada keperluan semasa. Ini bermaksud, mereka tidak hanya bergantung kepada penetapan strategi awal yang dilaksanakan. Seterusnya, mereka juga bijak menggunakan masa yang sedia ada dengan sebaik mungkin (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Walter Kuemmerle, 2002; Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Perancangan dan pendapat yang baik merupakan sahabat yang terbaik kepada usahawan. Ianya dapat membantu para usahawan ini untuk mendapatkan pemasaran dan kepercayaan daripada pelanggan dan pembekal (Batten, 2002).

Usahawan perlu meningkatkan profesionalisma dan disiplin diri semasa menguruskan perniagaan. Ianya dapat dilakukan dengan melaksanakan kod etika yang bersesuaian serta bersifat amanah, jujur dan yakin kepada diri sendiri (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Noor Alia, 2002).

Terdapat beberapa ciri yang akan menentukan seseorang usahawan itu berjaya ataupun tidak di dalam bidang yang diceburinya. Ciri yang utama ialah mereka yang mempunyai sikap suka membuat sesuatu yang orang tidak berjaya 'tidak suka' dan 'tidak akan buat' (Megginson et al., 2000; Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Seterusnya ialah struktur organisasi di dalam perniagaan. Ini bermakna terdapat pengkhususan perlaksanaan di dalam kerja yang dilakukan. Sebagai contoh, terdapat individu yang menguruskan akaun dan kewangan, pemasaran dan pengurusan sumber di dalam organisasi tersebut. Ini membolehkan perlaksanaan operasi lebih cekap dan berkesan, seterusnya mampu untuk bersaing dengan pesaing di dalam sektor yang sama. Usahawan yang berjaya juga ialah mereka yang sanggup berdikari dan berjaya menguruskan kewangan sendiri tanpa mengharapkan bantuan daripada mana-mana pihak. Ini akan menjadikan mereka dapat memerdekakan diri dan emosi agar dapat mengharungi cabaran yang sedia ada di dalam perniagaan yang mereka ceburi. (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Usahawan Sukses 2002; Rosdi 2002).

Mereka yang berjaya menganggap bahawa cabaran dalam dunia perniagaan adalah dugaan dan godaan hidup merupakan individu yang memiliki ciri-ciri usahawan yang berjaya. Ianya secara tidak langsung akan membuatkan mereka lebih bijaksana dan minda dapat bekerja dengan pantas dalam membuat keputusan dan menikmati kejayaan yang sebenarnya (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Ketahanan mental dan sikap tidak takut kepada perubahan dan kegagalan akan membantu seseorang usahawan itu mengecapi kejayaan yang sebenarnya. Apabila seseorang usahawan itu gagal dalam menguruskan perniagaannya buat pertama kali, itu bukanlah noktah terakhir perniagaannya. Beliau mestilah tidak patah semangat dan hilang rasa hormat pada diri sendiri. Kebijaksanaan dalam mengatur kembali strategi dan sistem terkini mengikut perkembangan terkini, teknik-teknik mengatasi

pesaing, kehendak pelanggan dan ledakan teknologi maklumat merupakan kelebihan bersaing kepada usahawan tersebut (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Usahawan bumiputera tidak perlulah terlalu ghairah untuk membuka perniagaan secara besar-besaran pada peringkat awal (2 atau 3 tahun usia perniagaan) dengan menanggung hutang dalam jumlah jutaan ringgit (Usahawan Sukses, 2002).

Untuk menjadi seorang usahawan yang berjaya, jalan yang singkat atau jalan pintas perlu dielakkan dalam menjalankan sesuatu perniagaan. Perniagaan yang mengikut peraturan dan etika perniagaan ialah perniagaan yang dilakukan sendiri dengan sepenuh masa. Terdapat tujuh faktor atau langkah sebagai panduan bagi membentuk kejayaan seorang usahawan (Nadzri, 2000).

- i) Pertama ialah keputusan yang dibuat secara sedar. Rancangan perniagaan yang dibuat secara sedar yang mengambil kira setiap aspek perniagaan akan berjaya meningkatkan keuntungan syarikat dan lebih berdaya maju. Melalui rancangan perniagaan ini juga, para usahawan akan dapat mengenal pasti potensi syarikat untuk lebih berdaya saing di dalam industri yang mereka ceburi.
- ii) Kedua ialah minat terhadap bidang perniagaan yang diceburi. Usahawan ataupun ahli perniagaan akan lebih bersikap positif terhadap kerja ataupun tanggungjawab yang mereka laksanakan sekiranya mereka minat di dalam bidang yang telah diceburi. Contohnya, kesanggupan untuk meluangkan masa dalam perniagaan, berani mengambil risiko, bersikap lapang dada dan tabah menghadapi cabaran dalam perniagaan.
- iii) Ketiga, tingkatan kemahiran atau kepakaran dengan bersungguh-sungguh. Tetapkan sendiri matlamat pencapaian dari masa ke semasa serta cuba elakkan diri dari melakukan kesilapan bagi kali yang kedua. Kepakaran perlu ada pada diri sendiri. Dari sekecil-kecil perkara hinggalah ke apa juga peringkat kerana seorang usahawan yang berjaya perlu bersedia melakukan apa saja pada setiap

masa. Perniagaan perlu dibentuk berdasarkan kepakaran yang ada dan sewajarnya perniagaan dimulakan secara kecil-kecilan.

- iv) Keempat, belajar daripada pakar-pakar atau orang yang lebih arif berkaitan perniagaan yang diceburi. Usahawan boleh bekerja dengan orang lain atau mengikuti kursus, seminar dan perbincangan untuk menambahkan pengalaman perniagaan. Ini adalah satu cara bagi memendekkan kaedah atau prosedur dalam perniagaan dan mengelak daripada melakukan perkara yang tidak mendatangkan faedah atau perkara yang merugikan.
- v) Kelima, bersedia menghadapi masalah atau risiko. Usahawan perlu sentiasa bersedia bagi menghadapi masalah, dari segi kewangan, pemasaran dan risiko perniagaan serta mengambil kira setiap aspek dan iktibar dari segala keadaan yang berlaku. Pelbagai cabaran akan dihadapi, lebih-lebih lagi risiko dalam menghadapi pesaing yang ramai. Oleh itu, usahawan perlu bersedia dan bijak menyelesaikan masalah yang berlaku.
- vi) Keenam, berkebolehan memasarkan produk. Usahawan sewajarnya mampu mengeluarkan produk yang ada pasaran atau permintaan dan boleh mendatangkan keuntungan. Pelbagai cara boleh dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan. Oleh itu, usahawan perlu tahu selok- belok perniagaan dan ilmu yang berkaitan sebelum menceburi bidang yang mencabar ini.
- vii) Dan yang terakhir ialah jangan cepat kecewa atau mengalah. Kegagalan perlu dijadikan sebagai pengalaman dan peluang untuk terus berjaya. Usahawan perlu bersikap positif dan mengambil iktibar terhadap kesilapan lampau supaya lebih maju di masa hadapan.

Dengan mengetahui kepentingan matlamat ini ianya dapat menjadi penunjuk arah dan tujuan untuk menghadapi kehidupan. Matlamat ini juga akan menjadi asas kepada penyaluran idea, masa dan tenaga yang berkesan. Dengannya juga, usahawan dapat mengelak dan mengurangkan pembaziran masa, tenaga dan kewangan yang menjadi ukuran kejayaan dalam mengendalikan perniagaannya.

Sehubungan ini juga matlamat dapat mewujudkan asas keyakinan diri, perasaan bangga dengan kemajuan yang telah dikecapi yang mempunyai hubungan langsung dengan perancangan awal yang telah dibuat oleh usahawan yang terbabit. Matlamat adalah penentu utama kepada lahirnya sikap positif dalam diri usahawan yang berjaya (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Usahawan Sukses 2002; Rosdi 2002).

Terdapat beberapa ciri yang telah dinyatakan oleh Rosdi (2002), sebagai faktor utama yang mendorong kepada kejayaan seseorang usahawan dalam bidang yang mereka laksanakan. Di antaranya ialah hubungan jaringan dalam perniagaan merupakan ciri yang penting bagi membolehkan seseorang usahawan itu mampu bersaing dan bertahan lama dalam bidang perniagaan yang diceburinya. Ini bermakna, usahawan tersebut itu mempunyai hubungan yang baik dengan pesaing, pembekal dan pelanggan. Ianya bertujuan memberi kelebihan kepada usahawan untuk mengenal pasti peluang dan ancaman terhadap perniagaannya.

Faktor kepercayaan juga terlibat secara langsung sebagai penentu kepada kejayaan firma. Mempercayai rakan kongsi adalah merupakan faktor yang penting dalam memastikan sesebuah perniagaan itu mampu bertahan. Unsur etika di dalam perniagaan adalah faktor utama yang mendorong kepada wujudnya unsur kepercayaan di dalam rakan kongsi perniagaan (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Rosdi, 2002).

Unsur kepimpinan dan budaya perniagaan yang diterapkan sejak awal lagi mendorong kepada kejayaan seseorang usahawan. Asuhan awal sebagai seorang usahawan daripada keluarga dapat memberi minat yang mendalam kepada seseorang individu di dalam bidang perniagaan. Ini dapat membina ketahanan mental yang kuat bagi memastikan pertumbuhan perniagaannya. Daya ketahanan juga merupakan faktor yang mendorong kepada kejayaan usahawan di dalam perniagaan. Ianya melibatkan penerapan nilai-nilai murni dan etika seseorang usahawan dalam melaksanakan perniagaan. Antaranya ialah sikap bersabar, jujur dan amanah (Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Rosdi, 2002).

Imej diri merupakan penampilan yang akan dipaparkan oleh seseorang usahawan yang bertujuan untuk menyakinkan individu lain akan keupayaannya dalam perniagaan. Ini melibatkan bagaimana seseorang usahawan itu berkomunikasi dan mengendalikan sesuatu situasi yang melibatkan pembuatan keputusan yang kritikal. Bersikap terbuka dan berani untuk menerima teguran juga adalah faktor yang mampu mendorong kepada kejayaan seseorang usahawan. Daripadanya, usahawan tersebut dapat memperbaiki dan mempertingkatkan potensi diri serta perniagaannya (Rosdi, 2002).

Sikap untuk mempelajari sesuatu yang baru dan tidak mudah berpuas hati dengan kejayaan juga merupakan faktor yang mendorong kepada kejayaan seseorang usahawan. Ini membolehkan seseorang usahawan itu membuat ramalan jangka panjang mengenai amalan, peluang dan ancaman yang wujud di dalam organisasi dan perniagaannya. Rumusannya, faktor utama yang mendorong kejayaan usahawan bumiputera ialah berilmu, mendengar pendapat, kecenderungan terhadap perubahan dan ketahanan mampu untuk memastikan seseorang usahawan itu bertahan lama di dalam perniagaannya (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Rosdi, 2002).

Menurut Khaairuddin (1996), terdapat beberapa budaya hidup yang perlu dimiliki oleh setiap diri usahawan untuk menentukan kejayaan dalam perniagaan yang diceburinya. Asas budaya hidup ini perlu diamalkan tidak mengira jenis dan saiz perniagaan tersebut. Antaranya ialah rajin dan mempunyai daya inisiatif, yakin terhadap keupayaan diri, bersikap positif, bersemangat tinggi dan bertenaga, bijak mengambil peluang dalam perniagaan dan cekal iaitu tabah serta berani menghadapi apa jua cabaran. Seterusnya usahawan juga perlu bijak mengambil risiko, mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang mulia, cekap dalam mencari maklumat, prihatin terhadap mutu kerja yang berkualiti dan berkomitmen terhadap tugas yang diamanahkan.

Ciri yang paling penting perlu ada dalam diri setiap usahawan ialah sanggup menghadapi risiko dalam perniagaan (Harper, 1996; Khaairuddin, 1996; Lambing, 2000; Nadzri, 2000; Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Md Mohar et al., 2000; Rosdi, 2002; Usahawan Sukses, 2002).

3.2 KSF Perusahaan

Ciri perniagaan yang berjaya memerlukan tumpuan, kefahaman mendalam, pengawasan rapi dan kemahiran mengurus serta pentadbiran yang dibuat (Usahawan Sukses, 2002). Selain itu, kekuatan kumpulan adalah faktor penentu kepada kejayaan firma. Ahli kumpulan ini mestilah boleh di bawa berbincang sebelum sesuatu gerak kerja dilaksanakan. Ianya boleh terdiri daripada kumpulan pemikir, pakar bidang industri, akauntan, peguam, wakil bank, ejen insuran dan juga pakar dalam bidang pemasaran.

Menurut Lambing (2000), untuk mencapai KSF sesebuah syarikat perlu memenuhi keperluan dan kepuasan pelanggan. Ianya amat ditekankan kerana pelangganlah yang menentukan jatuh bangunnya sesebuah perniagaan. Selain itu, syarikat perlu mengeluarkan produk yang mempunyai kebaikan yang tinggi kepada pengguna. KSF juga diukur pada masa mula produk dihasilkan iaitu dengan mendapatkan kualiti dan harga yang betul. Akhir sekali, syarikat perlu menggunakan saluran agihan yang betul dalam mengendalikan urusan perniagaannya dan tidak menggunakan kaedah yang melanggar undang-undang dan etika perniagaan.

3.3 Faktor-faktor Kegagalan

Selain daripada faktor-faktor kejayaan utama yang telah dibincangkan, kajian yang berkaitan dengan faktor kegagalan juga perlu dititikberatkan. Ianya memberi tumpuan kepada faktor-faktor kegagalan bagi usahawan itu sendiri mahupun bagi firma.

3.3.1 Kegagalan Usahawan

Usahawan kelahiran Dasar Ekonomi Baru (DEB) kurang terdedah kepada alam perniagaan dan korporat yang menjurus kepada ketidakcekapan dalam menguruskan perniagaan. Kekurangan modal dan ketiadaan persediaan yang cukup sebelum menceburi dunia perniagaan telah menyebabkan usahawan Melayu terpaksa menghadapi rintangan yang perit di dalam persaingan sedia ada.

Masalah utama yang membendung dan membataskan kejayaan para usahawan bumiputera ialah kelemahan di dalam bidang pengurusan khususnya di dalam pengurusan kewangan (Rudy As, 2002; Malaysia, 2000b).

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan usahawan Melayu gagal dalam perniagaan. Ini kerana kebanyakan mereka yang menceburkan diri tidak mempunyai persediaan yang rapi dalam merealisasikan peluang yang ada. Mereka sebenarnya perlu melihat peluang sebagai satu proses memperkembangkan ekonomi diri secara berdikari dengan menubuhkan sebuah syarikat sendiri, menguruskan syarikat, menjalankan perniagaannya, memperkembangkan urusaniaga dalam sektor industri yang diceburi secara profesional. Pengurusan yang sistematik dalam menjalankan pengurusan perniagaan amatlah penting. Peluang pula perlulah selari dengan kemampuan diri iaitu kemampuan dari segi mengendalikan perniagaan secara berterusan dan berkekalan dalam sektor yang diceburi (Ahmed Kamil, 2001).

Faktor yang terakhir ialah datangnya daripada sikap sesama kaum itu sendiri iaitu kaum Melayu. Mereka tidak menyokong penuh dan tidak yakin terhadap produk dan perkhidmatan yang dikeluarkan oleh usahawan Melayu sebaliknya lebih berbangga membeli barangan luar negara. Hal ini mengakibatkan usahawan Melayu gagal mendapat tempat di pasaran dan mengakibatkan mereka terpaksa memberhentikan perniagaan yang dijalankan (Ahmed Kamil, 2001).

Seterusnya, kegagalan usahawan Melayu dalam perniagaan disebabkan tiadanya faktor-faktor pendorong yang menjamin pembangunan produktiviti dalam sektor yang diceburi. Faktor ini bermaksud penglibatan semua pihak untuk menyokong secara langsung atau tidak langsung dalam perkembangan sesuatu sektor perniagaan adalah rendah. Oleh itu, kesedaran usahawan itu sendiri untuk mencari langkah-langkah mengatasi masalah ini adalah amat penting lebih-lebih lagi jika jenis perniagaan yang dijalankan kurang menarik perhatian agensi atau syarikat gergasi untuk membantu (Usahawan Sukses, 2002).

Kegagalan penetapan matlamat dalam diri usahawan juga mendorong kepada kegagalan usahawan itu sendiri. Matlamat yang tidak pernah ditulis dan mengikut prinsip perancangannya akan menyebabkan ianya tidak dapat mencapai apa yang dikehendaki oleh usahawan itu sendiri. Seterusnya kegagalan untuk meletakkan matlamat sebagai penentu utama perancangan perniagaan dan gagal untuk merancangannya akan mendorong kepada wujudnya sikap negatif di dalam diri

usahawan. Sesetengah usahawan atau individu akan meletakkan matlamat jangka panjang sebagai penentu utama kejayaan mereka. Apabila ianya gagal untuk diperolehi dalam masa yang singkat, ini akan menyebabkan mereka mudah berputus asa dan patah semangat (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Usahawan Sukses, 2002).

Kegagalan untuk mengenal pasti potensi dan kebolehan diri akan menyebabkan kegagalan kepada matlamat yang mereka rangkakan sendiri. Tanpa keyakinan adalah mustahil pencapaian matlamat itu terlaksana (Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Usahawan Sukses, 2002).

Melihat kepada masalah dan risiko yang menjadi penghalang kejayaan dan mudah berpuas hati terhadap kejayaan yang diperolehi akan menyebabkan seseorang usahawan itu tidak dapat membangunkan diri mereka dan bersaing dalam perniagaan (Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

3.3.2 Kegagalan Perusahaan

Menurut Gaedeke dan Tootelian (1991), penyebab utama yang mendorong kepada kegagalan firma adalah faktor ekonomi, kekurangan pengalaman dalam jualan, pelanggan, modal, perbelanjaan yang tinggi, pengabaian perniagaan, bencana dan penipuan.

Masalah seterusnya ialah karenah birokrasi yang keterlaluan dan tidak tetap. Ianya datang daripada jentera kerajaan yang merupakan sektor yang diharapkan untuk melaksanakan polisi yang menjamin pertumbuhan ekonomi negara tidak memberi bantuan kepada usahawan. Lebih memburukkan keadaan adalah masalah rasuah dan hasad dengki pegawai-pegawai yang terlibat dalam pengurusan perniagaan. Oleh itu, usahawan perlu bersedia dan arif dengan masalah ini serta bijak menanganinya.

Kegagalan seterusnya adalah disebabkan produk dan perkhidmatan yang dihasilkan oleh usahawan bumiputera mempunyai pasaran yang terhad dan kebanyakan daripada mereka bergantung kepada pasaran daripada sektor kerajaan semata-mata yang sudah pasti ianya tidak konsisten dan tetap (Usahawan Sukses, 2002).

Menurut Norlida (1996) faktor kegagalan yang paling utama bagi sesebuah firma ialah kegagalan mereka untuk mengetahui faktor kejayaan kritikal (CSF) firma. Ini kerana CSF adalah perkara yang perlu diketahui, dimiliki dan direkodkan dalam mencapai sebarang kejayaan.

3.4 Kajian-kajian Lepas

Kajian oleh Hills dan Narayan (1988) telah mengenalpasti tentang faktor kejayaan firma dan mengenalpasti ciri firma dan CEO mereka serta peranan maklumat pasaran dalam perusahaan firma. Hasil kajian menunjukkan bahawa 78 peratus responden memilih produk atau perkhidmatan yang berkualiti tinggi sebagai faktor kejayaan yang paling penting. Manakala 45 peratus memilih reputasi pelanggan yang baik dan 41 peratus menyatakan respon kepada kehendak pelanggan sebagai faktor kejayaan. Dalam perancangan pasaran pula, faktor yang paling penting untuk usahawan berjaya adalah peka kepada keperluan pelanggan. Walaubagaimanapun, hasil kajian menunjukkan secara keseluruhannya, kajian dan perancangan pasaran bukanlah satu faktor kejayaan yang penting.

Duchesneau dan Gartner (1988) telah menjalankan kajian terhadap 26 firma kecil, yang merangkumi 13 firma yang berjaya dan 13 firma yang dianggap tidak berjaya. Dimensi yang dilihat dalam kajian ini ialah ciri utama usahawan, tabiat memulakan perniagaan dan tabiat firma. Hasil kajian menunjukkan pimpinan usahawan yang berjaya datang daripada keluarga usahawan dan mempunyai tahap yang tinggi dalam pengetahuan, pengalaman pengurusan, kemahiran pengurusan, pengalaman memulakan firma, keyakinan diri dan sikap mengambil berat dalam mengurangkan risiko berbanding usahawan yang tidak berjaya. Dalam dimensi tabiat firma pula, perbandingan di antara firma tidak berjaya dengan firma yang berjaya biasanya mengikut prosedur dalam proses perancangan. Mereka meluangkan lebih banyak masa dalam perancangan dan mendapatkan nasihat dan maklumat daripada pakar industri. Manakala dimensi yang ketiga iaitu dari segi tabiat firma, kebolehsuaian firma, penyertaan daripada pihak lain dalam membuat keputusan dan lebih banyak berkomunikasi dengan rakan kongsi, pelanggan, pembekal dan pekerja.

Daripada kajian Nieuwenhuizen dan Kroon (2001), satu analisis bagi hubungan dan analisis faktor telah dibuat untuk mendapatkan ciri yang penting dalam pembangunan

keusahawanan. Kajian ini adalah lanjutan daripada kajian empirikal yang mengenalpasti CSF industri kecil dan sederhana. Hasil kajian menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara kejayaan perniagaan dan 11 faktor kejayaan utama. Antaranya ialah kreativiti dan inovasi, pengurusan kewangan, pemahaman kewangan, pencatatan urus niaga dan penglibatan di dalam perniagaan. Tiga faktor kejayaan telah dikenalpasti dalam kajian ini iaitu kesungguhan, kepimpinan dan pengambilan risiko.

Dapatan kajian Md Mohar et al. (2000) menunjukkan terdapat persamaan dan juga perbezaan antara usahawan Melayu dan Cina serta faktor-faktor yang mempengaruhi pembangunan usahawan di kalangan mereka. Di samping itu, dapatan kajian juga menunjukkan bahawa usahawan berjaya dari bangsa Cina dan juga bangsa Melayu memberi markah yang tinggi dari aspek atribusi psikologi seperti kehendak pencapaian dan kecenderungan mengambil risiko.

Md Mohar, et al. (2001) telah dikenalpasti perbezaan antara usahawan Cina dan Bumiputra di Malaysia. Hasil kajian menunjukkan majoriti usahawan Cina menceburi bidang pembuatan manakala usahawan Bumiputra pula dalam bidang perkhidmatan. Usahawan Cina mengambil berat dalam pertumbuhan berterusan dalam perniagaan keluarga. Ini kerana usahawan Cina banyak dipengaruhi oleh keluarga. Berbeza dengan usahawan Bumiputra yang banyak dipengaruhi oleh rakan. Dapatan kajian juga menunjukkan purata umur bagi kedua-dua usahawan memulakan perniagaan adalah pada umur 45 tahun. Selain itu, usahawan Bumiputra lebih bergantung kepada agensi kerajaan dalam mendapatkan sumber modal berbanding usahawan Cina yang mendapat kebanyakan sumber modal mereka adalah daripada simpanan sendiri.

Menurut Collins (2002), usahawan Cina semakin berkembang di Australia seiring dengan perubahan globalisasi. Majoriti daripada usahawan Cina lebih berminat memulakan perniagaan baru daripada mengambil alih perniagaan yang sedia ada. Kebanyakan usahawan Cina di Australia telah berkahwin dan menjadikan keluarga sebagai sumber utama tenaga buruhnya. Ahli keluarga digunakan sebagai tenaga kerja dalam menjalankan perniagaan kerana dianggap boleh dipercayai dan dapat memberikan komitmen. Selain itu, keluarga adalah sumber penting dari segi

kewangan dan untuk mendapat nasihat tentang perniagaan. Golongan usahawan wanita Cina menjadi semakin berkembang dan memainkan peranan penting dalam perniagaan dan keluarga.

Md Mohar, et al. (2002) telah menjalankan kajian terhadap pencapaian semasa program pembangunan keusahawanan yang dilaksanakan di negeri Johor. Kajian ini mengutarakan model pembangunan keusahawanan yang mampan dan menyeluruh dalam proses membina dan memantapkan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera Johor. Mindset usahawan bumiputra terbahagi kepada empat iaitu usahawan gerai, usahawan baru, usahawan ekspres dan usahawan tulin. Menurut kajian, untuk menghasilkan mindset usahawan tulin maka perlu diwujudkan struktur dan persekitaran keusahawanan dari peringkat awal. Kerajaan Negeri perlu memantau dan memastikan wujudnya kesinambungan program latihan dan bimbingan keusahawanan dari peringkat prasekolah hingga ke peringkat universiti dan seterusnya. Titik mula keusahawanan yang cemerlang bergantung kepada kualiti usahawan dan perusahaan yang dibangunkan. Pendekatan pertandingan seperti anugerah keusahawanan dan pendekatan latihan dan bimbingan di luar negara perlu diadakan. Ciri-ciri program latihan bimbingan keusahawanan yang berkesan adalah bersifat jangka panjang, mempunyai penglibatan regional, peraduan untuk meningkatkan taraf keusahawanan dan program untuk pembentukan dan peneguhan usahawan. Antara ciri lain ialah program pemantauan berkala dan bersepadu, tabung bantuan kewangan dan penyelidikan dan perundingan untuk penyelesaian masalah dan program pengembangan syarikat.

Scott dan Bruce (1987) telah mengenalpasti lima peringkat pertumbuhan dalam perniagaan kecil yang mana setiap peringkat mempunyai ciri-cirinya. Objektif kajian ini ialah membangunkan pertumbuhan perniagaan kecil dengan menekankan faktor utama bagi setiap peringkat pertumbuhan dan krisis yang dihadapi agar pengurus dapat merancang masa hadapan syarikat dengan jayanya. Lima peringkat pertumbuhan dalam perniagaan kecil adalah *inception*, *survival*, *growth*, *expansion* dan *maturity*. Pada tahap *inception*, syarikat akan berusaha membangunkan produk dan meletakkannya dalam pasaran. Sumber utama kewangan adalah simpanan sendiri, keluarga dan rakan. Pasaran produk kecil dan mempunyai rangkaian yang terhad. Krisis yang timbul pada peringkat ini adalah permintaan pentadbiran,

keuntungan dan peningkatan aktiviti dan permintaan. Syarikat yang mencapai tahap seterusnya iaitu *survival*, perlu mengembangkan kewangan untuk mendapatkan modal dan meningkatkan inventori dan penerimaan. Overdraf bank dan pinjaman jangka pendek menjadi pilihan dan tahap persaingan tidak menentu. Tetapi perniagaan yang berkembang dan berjalan lancar akan menggalakkan persaingan. Krisis yang timbul pada peringkat ini adalah seperti perniagaan lebihan, kerumitan dalam mengembangkan saluran pengedaran, perubahan pada persaingan dan tekanan maklumat. Pada tahap ketiga iaitu *growth*, perniagaan semakin berkembang dan wujud persaingan sengit. Syarikat akan membangunkan produk-produk baru dan mendapatkan pelbagai sumber kewangan samada dariapda bank atau perkongsian baru. Perniagaan boleh bertahan dalam tempoh yang lama jika dapat menghadapi perubahan persekitaran firma. Krisis yang dihadapi adalah kemasukan persaingan dalam pasaran dan permintaan dalam mengembangkan pasaran baru atau produk. Pada tahap *expansion*, syarikat menumpu kepada pertumbuhan kewangan, kawalan penyelenggaraan, inovasi produk baru dan kajian terhadap pasaran. Pada ketika ini juga, syarikat memerlukan pinjaman jangka panjang dan keselamatan bagi aset syarikat. Malah politik dalam syarikat akan menjadi isu utama. Akhir sekali pada tahap *maturity*, isu utama yang perlu difokuskan oleh pihak pengurusan adalah peningkatan kawalan, produktiviti dan mencari peluang pertumbuhan. Syarikat terpaksa membuat pelaburan besar dalam pemasaran dan meningkatkan penyelenggaraan dan kilang.

Jadual 3.1: Ringkasan KSF Usahawan

KSF	Rujukan
<ul style="list-style-type: none"> • Cepat bertindak mengubah strategi mengikut keperluan semasa • Tidak takut pada kekuatan musuh • Bijak menggunakan masa 	Timmons dan Spinelli, 2000; Kuratko dan Hodgetts, 2001; Walter Kuemmerle, 2002; Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002;
<ul style="list-style-type: none"> • Perancangan dan pendapat yang baik 	Frank Batten, 2002
<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan profesionalisme dan disiplin diri 	Timmons dan Spinelli, 2000; Noor Alia, 2002
<ul style="list-style-type: none"> • Sikap suka buat sesuatu yang orang lain tidak berjaya melakukannya • Terdapat pengkhususan terhadap kerja yang dilakukannya • Sanggup berdikari dalam bangunan syarikat • Menganggap cabaran sebagai dugaan hidup • Ketahanan mental, tidak takut pada perubahan dan kegagalan • Kebijaksanaan dalam mengatur kembali strategi 	Hisrich et al., 2000; Megginson et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ghairah membuka perniagaan secara besar-besaran • Pencapaian kepada matlamat awal perniagaan 	Usahawan Sukses, 2002
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menngunakan jalan pintas dalam memulakan perniagaan • Keputusan dibuat secara sedar • Minat dan suka kepada bidang yang diceburi • Tingkatkan kemahiran /kepakaran dengan bersungguh-sungguh • Belajar dari pakar dan orang yang lebih arif • Berkebolehan memasarkan produk • Tidak cepat kecewa dan mengalah 	Nadzri, 2000
<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan jaringan yang baik dalam perniagaan • Faktor kepercayaan kepada rakan kongsi • Unsur kepimpinan dan budaya perniagaan yang diterapkan sejak awal • Imej diri usahawan • Sikap untuk pelajari sesuatu dan tidak mudah berpuas hati dengan kejayaan 	Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Rosdi, 2002
<ul style="list-style-type: none"> • Sanggup menghadapi risiko • Rajin dan berinisiatif • Yakin terhadap keupayaan diri 	Hisrich et al., 2000; Timmons dan Spinelli, 2000; Md Mohar et al., 2000; Rosdi, 2002; Nadzri, 2000; Usahawan Sukses 2002; Harper, 1996; Khaairuddin, 1996; Lambing, 2000; Nieuwenhuizen dan Kroon, (2001)
<ul style="list-style-type: none"> • Bersikap positif • Bersemangat tinggi dan bertenaga • Bijak mengenalpasti dan mengambil peluang • Cekal • Bijak mengambil risiko • Mengamalkan nilai-nilai kehidupan yang mulia • Cekap mencari maklumat • Prihatin terhadap mutu kerja berkualiti • Komitmen terhadap tugas • Memiliki orientasi ke arah kecekapan • Merancang secara sistematik • Bijak menyelesaikan masalah • Prihatin terhadap kebajikan pekerja • Berdoa, tawakkal dan bersyukur 	Khaairuddin, 1996

Secara umumnya Jadual 3.1 merumuskan dapatan kajian-kajian lepas. Sekim kredit mikro TEKUN melibatkan pemberian pembiayaan di beberapa peringkat. Seorang usahawan yang telah memperolehi pinjaman peringkat pertama (RM5,000) dan

dianggap telah berjaya membayar balik kesemua pinjaman tersebut serta menunjukkan prestasi perniagaan cemerlang layak untuk memohon pinjaman peringkat kedua. Untuk kajian ini, rangka kerja kajian yang akan digunakan adalah berdasarkan kepada kajian-kajian terdahulu.

3.5 Ringkasan

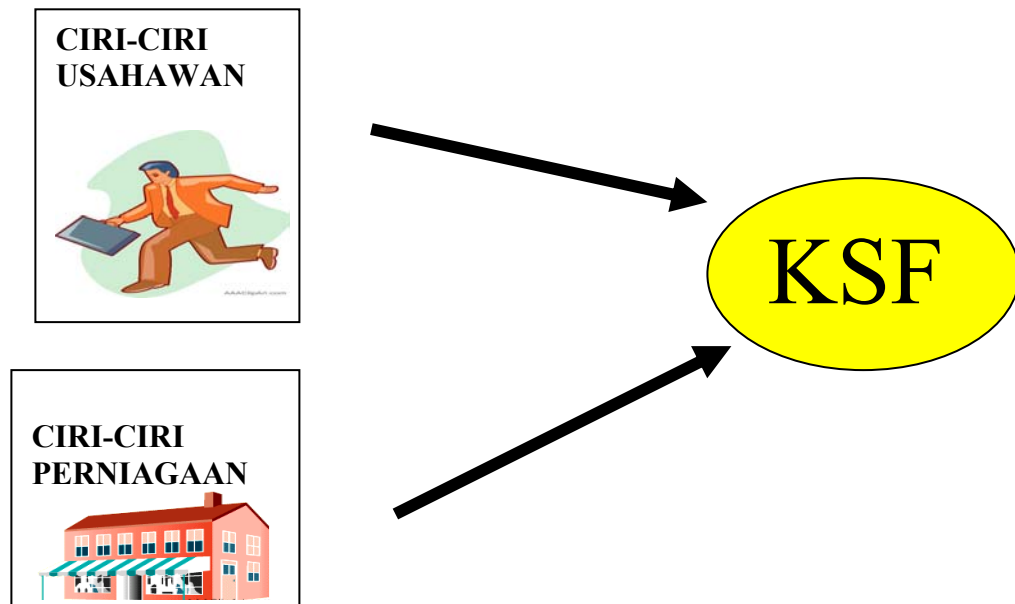
Setiap usahawan yang berjaya didalam perniagaan mempunyai CSFnya yang tersendiri. Jadual 3.1 menunjukkan ringkasan KSF hasil daripada bahan rujukan dan sumber-sumber lain untuk memudahkan pembacaan dan penyemakan.

BAB 4: METODOLOGI KAJIAN

4.0 Pengenalan

Bab dua telah membincangkan kajian literatur dan model kajian yang digunakan untuk kajian ini. Seterusnya bab tiga ini akan membincangkan kaedah penyelidikan yang bersesuaian dalam menentukan ketepatan dan hasil kajian yang terbaik serta berupaya untuk mencapai matlamat dan objektif yang telah ditetapkan. Aspek yang dibincangkan termasuk penentuan reka bentuk kajian, kaedah pengumpulan data, persampelan, instrumentasi dan penganalisan data.

4.1 Kerangka Teori Kajian



Rajah 4.1: Kerangka Teori Kajian

Rajah 4.1 menunjukkan kerangka teori kajian ini. Berdasarkan kepada Jadual 3.1 dan hasil kajian literatur di Bab 3, kerangka ini mencadangkan bahawa faktor usahawan dan faktor perniagaan mempengaruhi KSF usahawan kecil di bawah skim pinjaman kredit

mikro TEKUN. Manakala Jadual 4.1 mempamerkan elemen-elemen yang terdapat bagi kedua-dua faktor di atas.

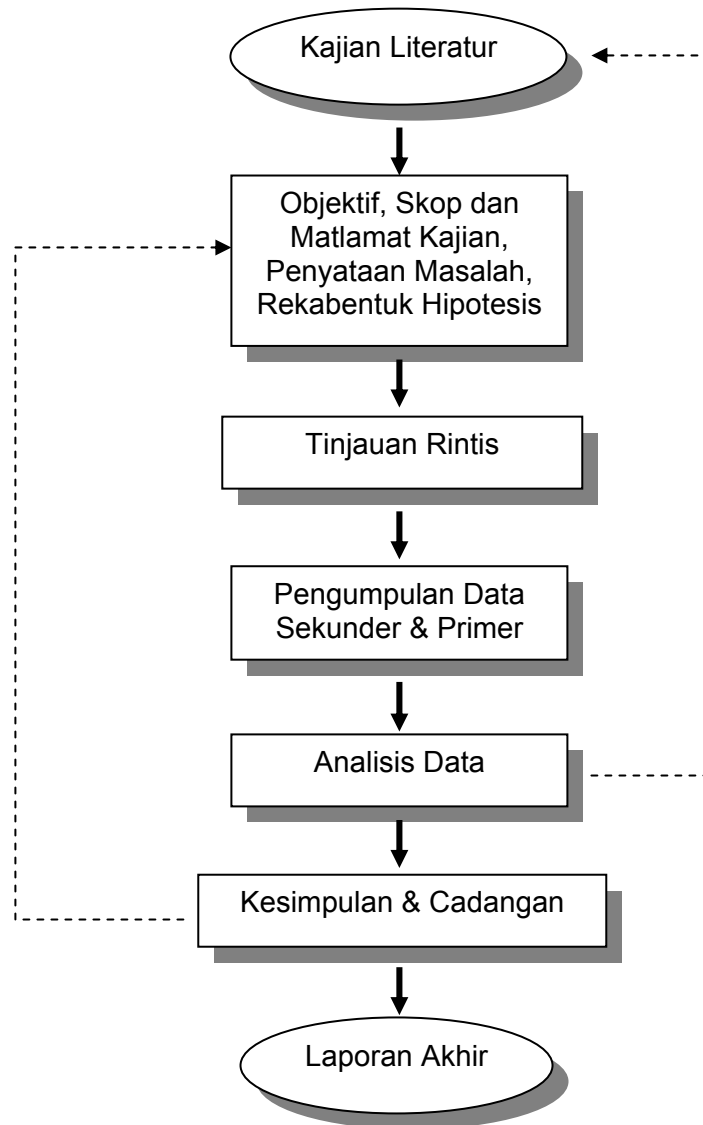
Jadual 4.1: Elemen-elemen dalam Faktor yang Mempengaruhi KSF

Faktor Usahawan	Faktor Perniagaan
<ul style="list-style-type: none">▪ Kesanggupan menghadapi risiko▪ Minat berniaga▪ Cepat bertindak dalam mengubah strategi▪ Tidak takut menghadapi pesaing▪ Kemahiran dalam bidang pengurusan▪ Kesanggupan berdikari▪ Yakin pada diri sendiri▪ Tidak mudah putus asa▪ Membuat pengkhususan dalam kerja▪ Kemahiran tinggi dalam bidang yang diceburi	<ul style="list-style-type: none">▪ Lokasi perniagaan▪ Jenis pelanggan▪ Hubungan dengan pelanggan▪ Hubungan dengan pembekal▪ Hubungan dengan pesaing▪ Penggunaan sistem rekod▪ Pernah menghadiri kursus▪ Kesanggupan menghadiri kursus

4.2 Rekabentuk Kajian

Satu rekabentuk kajian telah dibangunkan bagi membantu pengkaji menjalankan kajian ini dengan lebih teratur. Rajah 4.2 menunjukkan aliran proses bagi kajian ini. Bagi permulaan kajian, data-data yang berkaitan dengan tajuk kajian telah dikumpul. Antara cara pengumpulan data adalah daripada bahan-bahan bertulis seperti buku-buku, jurnal, kajian-kajian lepas, majalah dan melalui laman web yang berkaitan. Sebelum kajian dijalankan, objektif, skop dan matlamat kajian telah dikenalpasti.

Kajian literatur yang dibuat membantu pengkaji mengenalpasti pembolehubah yang berkaitan dengan topik kajian. Ini kerana tujuan utama kajian literatur adalah memastikan tiada pembolehubah yang penting diabaikan kerana pembolehubah yang berkaitan agak sukar dikenalpasti dalam temubual.



Rajah 4.2: Carta Aliran Proses Kajian

Selepas pembolehubah bagi kajian dikenalpasti, beberapa hipotesis telah direkabentuk. Hipotesis merupakan satu jangkaan bagi keputusan masalah (Uma Sekaran, 1992). Hipotesis ini dibangunkan melalui pembacaan kajian lepas dan pemerhatian. Keputusan yang diperolehi daripada ujian hipotesis akan membantu pengkaji memperolehi data bagi memenuhi keperluan kajian.

4.3 Kaedah Pengumpulan Data

Data-data diperolehi dalam kajian ini adalah daripada dua sumber iaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperolehi daripada soal selidik manakala data sekunder pula diperolehi daripada buku-buku, tesis-tesis dan jurnal-jurnal yang berkaitan.

4.3.1 Soal Selidik

Borang soal selidik adalah satu set soalan yang dibangunkan dan diedarkan kepada responden untuk dijawab. Soal selidik adalah satu alat pengumpulan data yang sesuai apabila pengkaji mengetahui dengan tepat apa sebenarnya yang mereka perlukan dan bagaimana untuk memastikan pembolehubah yang ingin dikaji (Uma Sekaran, 2003). Bagi kajian ini, soal selidik dilakukan sama ada melalui kaedah bersemuka, penghantaran melalui pos, faksimili atau internet. Kaedah ini dilakukan bertujuan untuk mengumpulkan data-data yang akan dianalisis untuk mencapai objektif kajian ini. Sehubungan dengan itu, set borang soal selidik yang direka bentuk mengandungi tiga bahagian utama iaitu Bahagian A, Bahagian B dan Bahagian C. Keseluruhannya mengandungi sejumlah 76 soalan yang terdiri daripada pelbagai jenis soalan. Sila rujuk Lampiran A.

Bahagian A: Demografi

Bahagian ini mengandungi item-item berkaitan dengan jantina, umur dan taraf pendidikan,

Bahagian 2: Profil Syarikat

Bahagian ini mengandungi item-item berkaitan dengan tahun perniagaan ditubuhkan, struktur perniagaan samada perseorangan, perkongsian, sendirian berhad atau berhad, jenis perniagaan yang diceburi samada pembuatan, perkhidmatan atau pembuatan dan sekim pinjaman TEKUN yang diperolehi.

Bahagian 3: Pencapaian Syarikat

Bahagian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kejayaan utama responden bagi perniagaan yang diceburi (Jadual 4.1).

Jadual 4.2: Taburan Soalan Pencapaian Perniagaan Usahawan

Dimensi Pencapaian Usahawan	Bilangan Soalan	No. Item
Perbandingan jumlah pelaburan modal pada tahun pertama dengan tahun semasa	1	10.
Perbandingan jumlah jualan kasar pada tahun pertama dengan tahun semasa	1	11.
Perbandingan jumlah nilai aset pada tahun pertama dengan tahun semasa	1	12.
Bentuk perubahan semenjak syarikat ditubuhkan	1	13.
Masalah pembayaran pinjaman modal	1	14.
Jumlah	5	

Bahagian 4: Faktor pendorong usahawan

Bahagian ini mengandungi empat faktor yang telah mendorong seseorang itu menjadi usahawan. Faktor-faktor tersebut ialah faktor latar belakang yang mempunyai tujuh soalan, faktor motivasi sebanyak 23 soalan, faktor sikap sebanyak 15 soalan dan faktor kemahiran sebanyak 15 soalan. Setiap faktor merangkumi soalan-soalan yang menggambarkan faktor tersebut. Soalan terakhir merupakan soalan terbuka yang memerlukan usahawan memberikan pandangan mereka sekiranya kedai usahawan ditubuhkan untuk memberi peluang kepada para pelajar UTM berniaga. Serta pandangan mereka terhadap peranan universiti untuk menarik minat pelajar menceburi bidang keusahawanan.

4.3.2 Dokumen Atau Bahan Bercetak

Selain data primer yang didapati melalui kaedah soal selidik seperti yang telah dinyatakan, data sekunder juga amat perlu bagi memantapkan kajian. Data sekunder diperolehi melalui buku-buku, jurnal dan tesis-tesis yang berkaitan dengan kajian dari kajian perpustakaan yang dijalankan. Tujuan data sekunder adalah untuk mengenalpasti

masalah, membina pendekatan kepada masalah dan menjawab beberapa masalah kajian. Data sekunder merupakan data sokongan bagi memahami dengan lebih terperinci tentang kajian yang dijalankan.

4.4 Cara Pemberian Markat

Cara pemberian markat instrumen kajian terbahagi kepada dua bahagian. Bahagian pertama responden perlu menjawab soalan aneka jawapan. Usahawan hanya boleh memilih satu jawapan sahaja bagi setiap soalan yang dikemukakan.

Manakala bahagian kedua mengkehendaki usahawan memberi markat pada setiap faktor pendorong dengan menggunakan Markat Skala Likert 4 skala iaitu 1 hingga 4. Angka-angka 1:sangat tidak setuju (STJ), 2:tidak setuju (ST), 3: setuju (S) dan 4:sangat setuju (SS).

Menurut Pagen (1981) had minimum sampel kajian yang diperlukan bagi tujuan kajian dan membuat pengujian hipotesis ialah seramai 30 orang responden. Bagi kajian ini pula, pengkaji tidak menghadkan bilangan responden kerana kajian ini tidak mempunyai populasi sebaliknya menggunakan jangka masa sebagai had untuk mendapatkan responden.

4.5 Tinjauan Rintis

Menurut Parasuraman (1991) tinjauan rintis merupakan satu bentuk pra-kajian yang dilakukan terhadap sebilangan responden atau individu yang berupaya menunjukkan samada terdapat sebarang bentuk kekurangan atau tidak pada instrumen kajian yang dibina. Dengan kata lain, tujuan kajian rintis dilakukan ialah bagi menentukan samada instrumen kajian dapat memberikan dapatan data sebagaimana objektif kajian. Di samping itu, melalui kajian rintis sebarang masalah pada instrumen kajian dapat dikesan dan diperbetulkan sebelum kajian sebenar dilakukan.

Sehubungan dengan itu, satu kajian rintis bagi menentukan tahap kebolehpercayaan instrumen soal selidik telah dijalankan. Kajian rintis yang dilakukan mengambil masa tiga minggu dan melibatkan proses pengedaran dan pungutan semula set borang selidik. Seramai 10 orang usahawan dipilih secara rawak di sekitar Taman Universiti dan Johor Bahru. Melalui kajian rintis ini, pengkaji dapat mengenalpasti samada responden mengalami kesukaran dalam menjawab soalan ataupun tidak. Kesemua usahawan tersebut telah mengembalikan set soal selidik yang diterima mereka dengan melengkapkan semua item soalan. Tiada responden yang mengalami masalah dalam menjawab dan memahami soalan-soalan yang telah diberikan.

Selanjutnya, kesemua 10 set borang soal selidik tersebut akan diuji dengan menggunakan kaedah Alpha Cronbach bagi melihat nilai kebolehpercayaannya. Menurut Uma Sekaran (2003) instrumen soal selidik yang diuji melalui kaedah Alpha Cronbach dan mendapat nilai sekurang-kurangnya 0.7 ($\alpha=0.7$) menunjukkan bahawa instrumen soal selidik tersebut adalah konsisten kebolehpercayaannya. Jadual 4.2 menunjukkan nilai Alpha Cronbach bagi kajian rintis yang telah dijalankan.

Jadual 4.3: Nilai Alpha Cronbach bagi kajian rintis

Kategori Soal Selidik	Nilai Alpha Cronbach
Faktor Latar Belakang	0.7948
Faktor Sikap	0.9237
Faktor Motivasi	0.7127
Faktor Kemahiran	0.7117
Nilai Alpha Cronbach Keseluruhan	0.8794

Dapatan kajian rintis menunjukkan bahawa nilai Alpha bagi setiap faktor pendorong adalah melebihi nilai 0.7. Oleh itu, kesemua item mempunyai kebolehpercayaan yang tinggi. Lantaran itu, kesemua item soal selidik adalah diterima dan tiada item soal selidik yang digugurkan.

4.6 Kaedah Penganalisan Data

Data-data yang dikumpulkan akan dianalisis untuk menjadi maklumat yang penting. Maklumat dan data yang diperolehi daripada borang soal selidik akan dianalisis secara kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data-data daripada soalan terbuka dalam borang soal selidik.

Analisis data secara diskriptif juga dibuat bagi pengumpulan, penyusunan dan persembahan data dengan melihat kepada taburan frekuensi. Terdapat tiga cara pengukuran kecenderungan tengah iaitu min, median dan mod. Pengukuran bagi serakan adalah varians, julat dan sisihan piawai (Uma Sekaran, 2003).

Jadual kekerapan dan peratusan juga digunakan bagi melihat setiap tahap faktor pendorong usahawan iaitu faktor latarbelakang, motivasi, sikap dan kemahiran. Tahap setiap faktor pendorong usahawan ditentukan samada melalui jumlah skor atau julat skor yang telah digariskan oleh pembentuk soalselidik. Jumlah skor tersebut kemudiannya dikelompokkan kepada tiga kategori iaitu tinggi, sederhana dan rendah. Statistik deskriptif yang melihat ukuran kecenderungan memusat dan ukuran serakan turut dilakukan bagi melihat taburan faktor pendorong di kalangan usahawan. Julat skor faktor pendorong adalah seperti di jadual 4.3 hingga 4.6 :

Jadual 4.4: Tahap Faktor Latar belakang Usahawan

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Latar Belakang
1	22-28	Tinggi
2	15-21	Sederhana
3	7-14	Rendah

Jadual 4.5: Tahap Faktor Motivasi

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Motivasi
1	71-92	Tinggi
2	47-70	Sederhana
3	23-46	Rendah

Jadual 4.6: Tahap Faktor Sikap

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Sikap
1	46-60	Tinggi
2	31-45	Sederhana
3	15-30	Rendah

Jadual 4.7: Tahap Faktor Kemahiran

Kod Kumpulan	Julat	Faktor Sikap
1	46-60	Tinggi
2	31-45	Sederhana
3	15-30	Rendah

Pencapaian usahawan ditentukan berdasarkan perbezaan kategori modal, nilai jualan dan aset semasa berbanding dengan kategori modal, nilai jualan dan aset ketika memulakan perniagaan. ulat skor pencapaian usahawan seperti dalam jadual 4.7:

Jadual 4.8: Tahap Pencapaian Usahawan

Kod Kumpulan	Julat Pencapaian	Tahap Pencapaian
1	9 dan lebih	Tinggi
2	5 hingga 8	Sederhana
3	1 hingga 4	Rendah
4	0 dan kurang	Tiada

Analisis Korelasi Spearman digunakan untuk menguji hipotesis kajian. Korelasi pangkat Spearman (r_s) digunakan memandangkan ianya sesuai untuk data yang berpangkat seperti mengukur tahap rendah, sederhana atau tinggi hubungan antara faktor pendorong dengan pencapaian usahawan. Dalam kajian ini, interpretasi bagi r_s adalah sama seperti r . Korelasi pangkat yang lebih tepat dan mempunyai hubungan langsung akan memberikan nilai $r_s = +1$ dan korelasi pangkat yang mempunyai hubungan songsang diberi nilai $r_s = -1$. Pekali korelasi pangkat bagi pembolehubah yang tidak mempunyai sebarang hubungan bernilai 0 (Levin dan Rubin, 2000).

Jadual 4.9: Alat Penyelidikan Yang Digunakan

Persoalan Kajian	Alat Penyelidikan
Apakah faktor paling utama yang telah mendorong graduan dan Alumni UTM menjadi usahawan?	Analisis Kandungan
Apakah keperluan kemahiran dan pembangunan keusahawanan diperlukan oleh pelajar UTM?	Item dari Soal-Selidik (soalan terbuka) dan Temubual
Apakah profil usahawan-usahawan tersebut ?	Item dalam Soal-Selidik

Bagi mengukur hubungan antara pembolehubah, analisis statistik inferensi pula digunakan. Statistik ini boleh dibahagikan kepada parameter dan bukan parameter. Statistik parameter digunakan dalam pengumpulan data secara skala selang (interval) atau nisbah (*ratio*). Manakala statistik bukan parameter digunakan dalam pengumpulan data berskala nominal atau ordinal (Uma Sekaran, 2003). Jadual 4.8 akan menunjukkan

alat penyelidikan yang digunakan dan jadual 4.9 menunjukkan alat statistik yang digunakan bagi setiap persoalan kajian untuk mencapai objektif kajian.

Jadual 4.10: Alat Statistik Yang Digunakan

Persoalan Kajian	Alat Statistik
Adakah wujud hubungan di antara faktor pendorong dengan kejayaan usahawan dalam perniagaan mereka?	Korelasi Spearman
Adakah jenis perniagaan yang diceburi mempunyai kaitan dengan jurusan yang diambil semasa di UTM?	Jadual-Silang
Apakah terdapat perbezaan di antara faktor pendorong dengan demografi dan profil syarikat usahawan?	Ujian Kruskal-Wallis

4.7 Ringkasan

Kajian ini melibatkan beberapa kaedah untuk mengumpul dan menganalisis data bagi menepati kehendak kajian. Data yang diperolehi daripada data primer dan data sekunder telah dibuat penganalisan secara kuantitatif dan kualitatif. Bagi kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah ‘kawan atas kawan’ untuk mendapatkan responden. Kaedah ini dipilih sebagai subjek tinjauan berdasarkan kepada rujukan dari responden tinjauan yang lain. Pengkaji mengenalpasti responden yang memenuhi keperluan profil subjek yang hendak dikaji. Pengkaji kemudiannya menanyakan responden ini nama dan lokasi orang lain yang memenuhi profail subjek yang hendak dikaji. Melalui rujukan ini, subjek survei boleh dikenalpasti dengan mudah dan cekap, khususnya berguna apabila subjek survei sukar untuk dikenalpasti. Kaedah ini dipilih kerana ketiadaan pangkalan data khususnya yang merekodkan graduan UTM yang telah menjadi usahawan. Tempoh masa dua bulan ditetapkan untuk proses mengenalpasti dan mengedarkan borang soal-selidik kepada responden. Seterusnya, bab lima akan membincangkan dapatan kajian melalui proses penganalisan data.

BAB 5: ANALISIS DATA

5.0 Pengenalan

Bab ini membincangkan penemuan kajian tentang faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan kecil di sekitar negeri Johor. Analisis ini bertujuan untuk menganalisa data-data yang diperolehi daripada borang soal selidik dalam bentuk yang mudah dianalisis. Selain itu, ianya juga bertujuan untuk mengenalpasti isu-isu yang memerlukan pertimbangan yang sewajarnya ke arah mencapai objektif dan matlamat kajian.

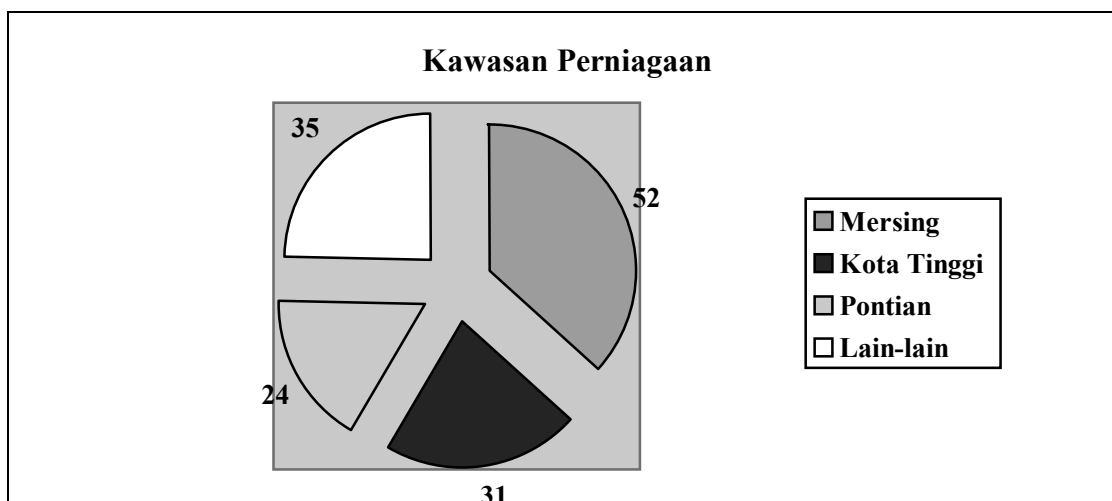
Sebanyak 223 borang soal selidik telah diedarkan kepada usahawan-usahawan kecil di sekitar negeri Johor. Daripada 223 borang soal selidik tersebut, sebanyak 150 borang soal selidik telah diterima kembali. Daripada jumlah tersebut, sebanyak lapan borang soal selidik telah ditolak selepas proses pembersihan data dilakukan. Set-set ini didapati rosak kerana maklumat penting tidak diisi oleh responden. Oleh itu, jumlah keseluruhan borang soal selidik yang diterima pakai ialah 142 borang soal selidik.

5.1 Analisis Latar Belakang Responden

Bahagian ini bertujuan untuk mendapatkan maklumat tentang latar belakang usahawan kecil dari segi kawasan perniagaan, jantina umur, status, bilangan anak dan pencapaian akademik tertinggi usahawan kecil di negeri Johor.

5.1.1 Taburan Kawasan Perniagaan

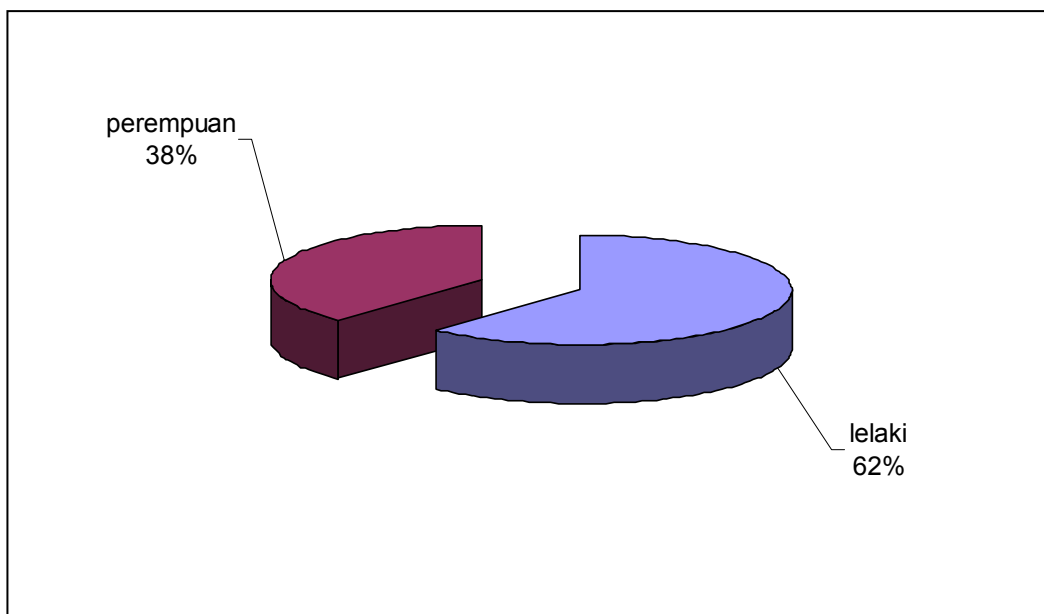
Rajah 5.1 di atas menunjukkan taburan kawasan perniagaan usahawan kecil yang dipilih sebagai responden untuk kajian ini. Sebanyak empat kawasan telah dipilih iaitu Mersing, Pontian, Kota Tinggi dan lain-lain. Kawasan lain-lain ini termasuklah Tebrau, Gelang Patah dan Johor Bahru. Jumlah keseluruhan responden yang berjaya dikumpul adalah sebanyak 142 orang. Senarai terbanyak adalah Mersing sebanyak 52 orang dan disusuli tiga kawasan yang lain.



Rajah 5.1 : Taburan Kawasan Perniagaan

Faktor utama yang mempengaruhi data ini ialah kawasan dan juga pengenalan skim ini kepada kawasan tersebut. Contohnya, kawasan Mersing telah memperkenalkan skim ini pada 30 Oktober 1999 dengan nilai pinjaman ke dua sebanyak RM 719 000 (rujuk Lampiran B).

5.1.2 Taburan Jantina Responden



Rajah 5.2: Taburan Jantina Responden

Rajah 5.2 menunjukkan taburan jantina responden di kawasan yang terpilih. Lelaki lebih ramai berjaya meminjam skim pinjaman TEKUN peringkat kedua dengan peratusan 62% iaitu seramai 88 orang daripada 142 orang. Manakala jantina perempuan seramai 54 orang dengan peratusan sebanyak 38%.

Dapatan daripada kajian menunjukkan faktor penyebab bilangan lelaki lebih ramai berbanding dengan perempuan adalah disebabkan perniagaan yang dijalankan merupakan pekerjaan tetap mereka (rujuk Rajah 5.5).

5.1.3 Taburan Umur Usahawan Kecil

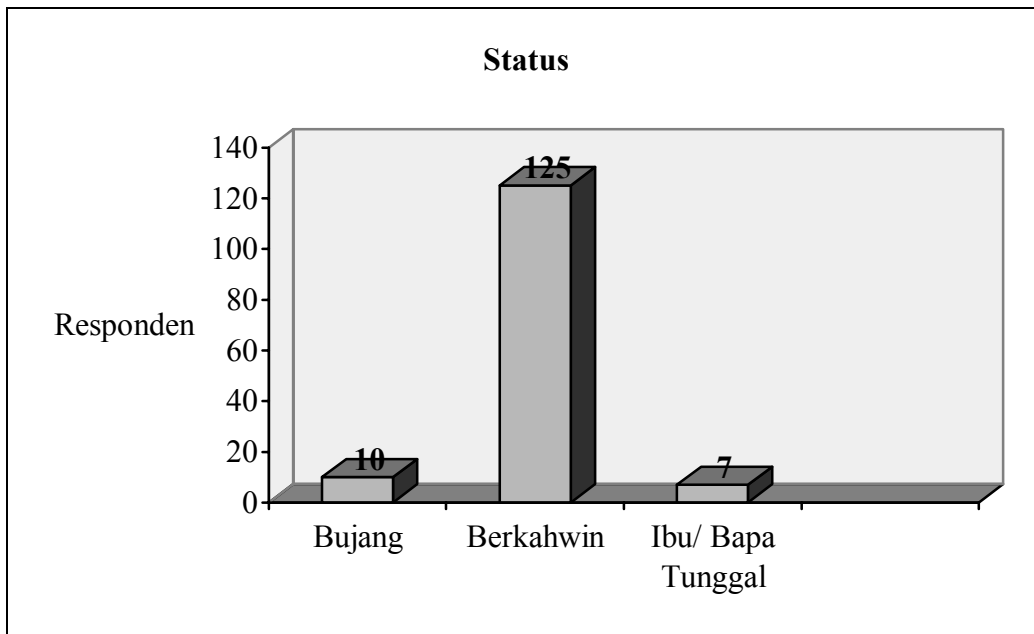
Jadual 5.1: Taburan Umur Responden

Umur	Bilangan	Peratus(%)
30 tahun dan ke bawah	13	9.2
31 tahun hingga 39 tahun	40	28.2
40 tahun hingga 49 tahun	53	37.3
50 tahun hingga 59 tahun	31	21.8
60 tahun dan ke atas	5	3.5
Jumlah	142	100.0

Jadual 5.1 menunjukkan lima kategori taburan umur usahawan kecil di Johor. Daripada keseluruhan usahawan sebanyak 142 orang, seramai 53 orang berada dalam lingkungan umur 40 tahun hingga 49 tahun. Diikuti lingkungan umur 31 tahun hingga 39 tahun seramai 40 orang. Daripada jadual juga, terdapat usahawan yang menyertai skim ini berada di dalam lingkungan umur 60 tahun dan ke atas yang melibatkan seramai 5 orang responden.

5.1.4 Taburan Status Perkahwinan Responden

Rajah 5.3 di atas menunjukkan taburan status perkahwinan bagi usahawan kecil di bawah skim kredit mikro TEKUN di Johor. Majoriti usahawan yang terlibat di dalam skim pinjaman TEKUN ini terdiri daripada mereka yang telah berkahwin iaitu seramai 125 orang.



Rajah 5.3 : Taburan Status

Dapatan kajian menunjukkan usahawan TEKUN yang berkecimpung di dalam perniagaan kecil kebanyakannya berumur 30 tahun ke atas (rujuk Jadual 5.1). Ini bermakna di dalam lingkungan umur tersebut mereka telah berkahwin dan mempunyai keluarga.

Rajah 5.3 juga menunjukkan seramai tujuh orang usahawan kecil terdiri dari ibu tunggal. Skim pinjaman TEKUN turut memberikan keutamaan kepada ibu tunggal untuk membuat pinjaman supaya mereka dapat menanggung perbelanjaan keluarga selepas kematian atau berlakunya perpisahan dengan suami mereka (Rosdi, 2002).

5.1.5 Taburan Bilangan Anak

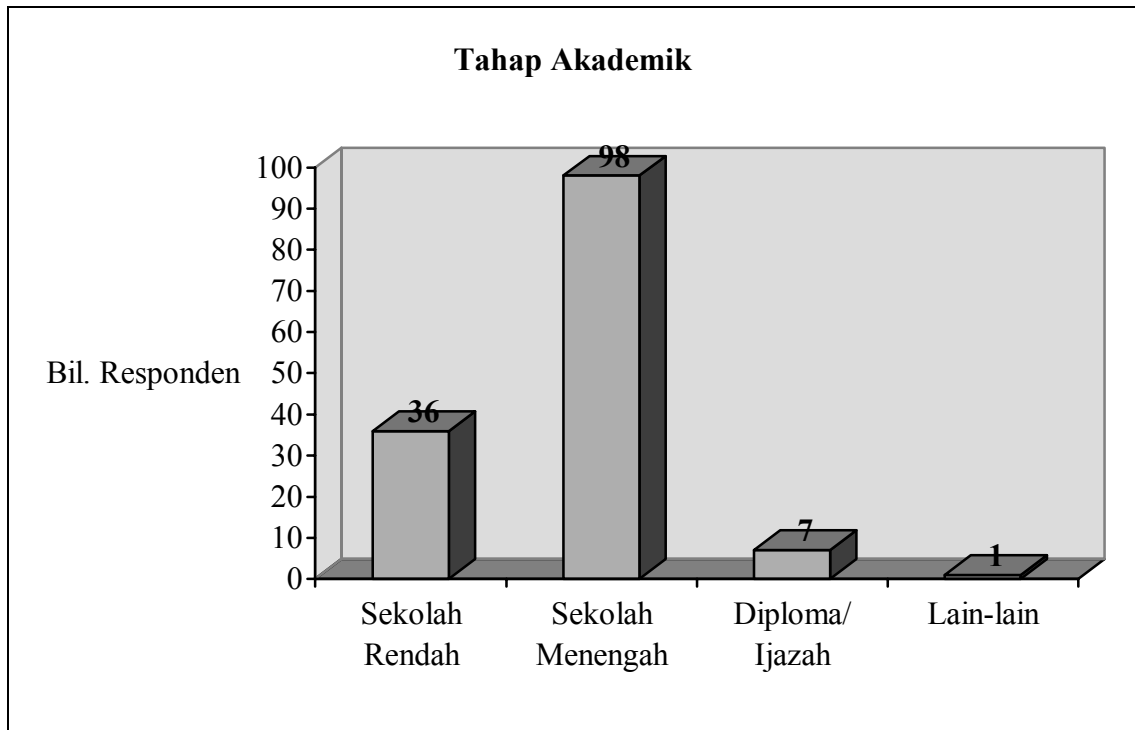
Jadual 5.2 : Taburan Bilangan Anak

Bilangan Anak	Bilangan	Peratus(%)
Tiada	14	10
1 hingga 5 orang	94	66
6 hingga 9 orang	34	24
Jumlah	142	100

Jadual 5.2 di atas menunjukkan taburan bilangan anak bagi responden. Lebih daripada setengah daripada jumlah keseluruhan usahawan iaitu sebanyak 66 % usahawan kecil mempunyai anak antara seorang hingga lima orang. Manakala 24% daripada mereka mempunyai anak antara 6 hingga 9 orang.

Seperti yang telah dijelaskan di bahagian bab satu, skim pinjaman TEKUN berada dalam lingkungan skop PKS yang melibatkan ahli keluarga sebagai pilihan utama tenaga buruhnya. Intensif buruh menjadi pilihan di dalam PKS kerana ianya memudahkan proses pengeluaran dan juga akan menjimatkan kos pengeluarannya.(Moha Asri, 2000)

5.1.6 Taburan Pencapaian Pendidikan Usahawan Kecil



Rajah 5.4 : Taburan Pencapaian Pendidikan Tertinggi

Rajah 5.4 menunjukkan taburan tahap pencapaian pendidikan tertinggi usahawan TEKUN yang telah berjaya membuat pinjaman kedua. Kesemua usahawan kecil dalam kajian ini mempunyai pendidikan asas dan sebahagian besarnya sebanyak 98 orang mempunyai pendidikan sehingga tamat sekolah menengah.

Menurut Nadzri (2000), faktor pendidikan amat penting dalam menentukan seseorang usahawan itu mampu bertahan dalam bidang perniagaan yang diceburinya. Peningkatan kemahiran dan kepakaran yang bersungguh-sungguh di samping penetapan matlamat yang kukuh akan membolehkan seseorang usahawan itu bersedia dalam melakukan apa sahaja yang dikehendaki. Selain, kepentingan terhadap pendidikan, minat menceburi bidang perniagaan juga merupakan faktor yang penting bagi seseorang usahawan (rujuk Jadual 5.5).

5.2 Analisis Profail Perniagaan Responden

Bahagian ini memperihalkan profail perniagaan dan skim pinjaman yang diambil oleh usahawan kecil dari segi lokasi perniagaan, sebab menceburi bidang perniagaan, sektor dan aktiviti pinjaman, skim pinjaman pertama dan kedua, jumlah jualan dan modal.

5.2.1 Taburan Premis Perniagaan Mengikut Sektor Perniagaan Responden

Jadual 5.3 : Taburan Premis Perniagaan Mengikut Sektor Perniagaan

Premis Perniagaan	Sektor Perniagaan				Jumlah
	Peruncit/ Perdagangan	Pemborong	Pembuatan	Perkhidmatan	
Kedai tetap	38	3	5	23	69
Gerei tetap	12	2	-	21	35
Gerei bergerak	2	-	-	2	4
Perniagaan bergerak/ Pasar tani/ Pasar malam	3	-	8	1	12
Bengkel	-	-	2	5	7
Di rumah	8	1	3	3	15
Jumlah	63	6	18	55	142

Jadual 5.3 menunjukkan taburan premis perniagaan yang dimiliki oleh usahawan kecil mengikut sektor perniagaan yang mereka ceburi. Daripada keseluruhan 142 responden, seramai 69 orang memiliki kedai tetap bagi premis perniagaan mereka. Rumah kedai tetap diperlukan bagi usahawan yang menjalankan sektor perniagaan seperti peruncitan, dan perkhidmatan. Premis gerai tetap pula menjadi pilihan bagi 35 orang usahawan kecil dan 12 orang pula memiliki premis perniagaan bergerak, pasar tani atau pasar malam. Perniagaan yang dijalankan pula seperti gerai makanan, minuman dan lain-lain. Selain daripada itu, seramai 15 orang usahawan kecil memilih untuk menjalankan perniagaan di rumah dan melibatkan keempat-empat sektor.

5.2.2 Taburan Usahawan TEKUN Memulakan Perniagaan

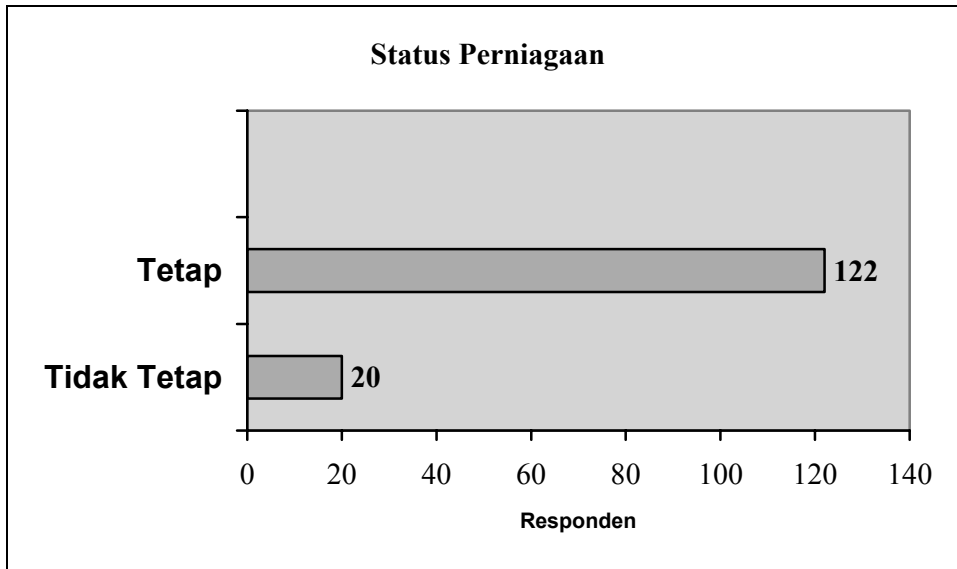
Jadual 5.4 : Taburan Memulakan Perniagaan

Tahun	Jumlah	Peratus(%)
Tahun 1970 Hingga 1975	4	2.8
Tahun 1976 Hingga 1981	16	11.3
Tahun 1982 Hingga 1987	21	14.8
Tahun 1988 Hingga 1993	29	20.4
Tahun 1994 Hingga 1999	72	50.7
Jumlah	142	100.0

Jadual 5.4 diatas menunjukkan taburan tahun responden memulakan perniagaan. Seramai 72 orang usahawan kecil memulakan perniagaan pada 1994 hingga 1999. Ini menunjukkan usahawan yang membuat pinjaman TEKUN adalah mereka yang masih baru dalam perniagaan kerana skim TEKUN di lancarkan pada tahun 1999.

Tujuan sebahagian besar usahawan membuat pinjaman TEKUN kali kedua adalah untuk memperbesarkan perniagaan (rujuk jadual 5.10). Ini menunjukkan skim kredit mikro mempunyai banyak faedah dan membantu usahawan kecil yang baru untuk memajukan dan mengukuhkan perniagaan mereka.

5.2.3 Taburan Status Perniagaan Usahawan TEKUN

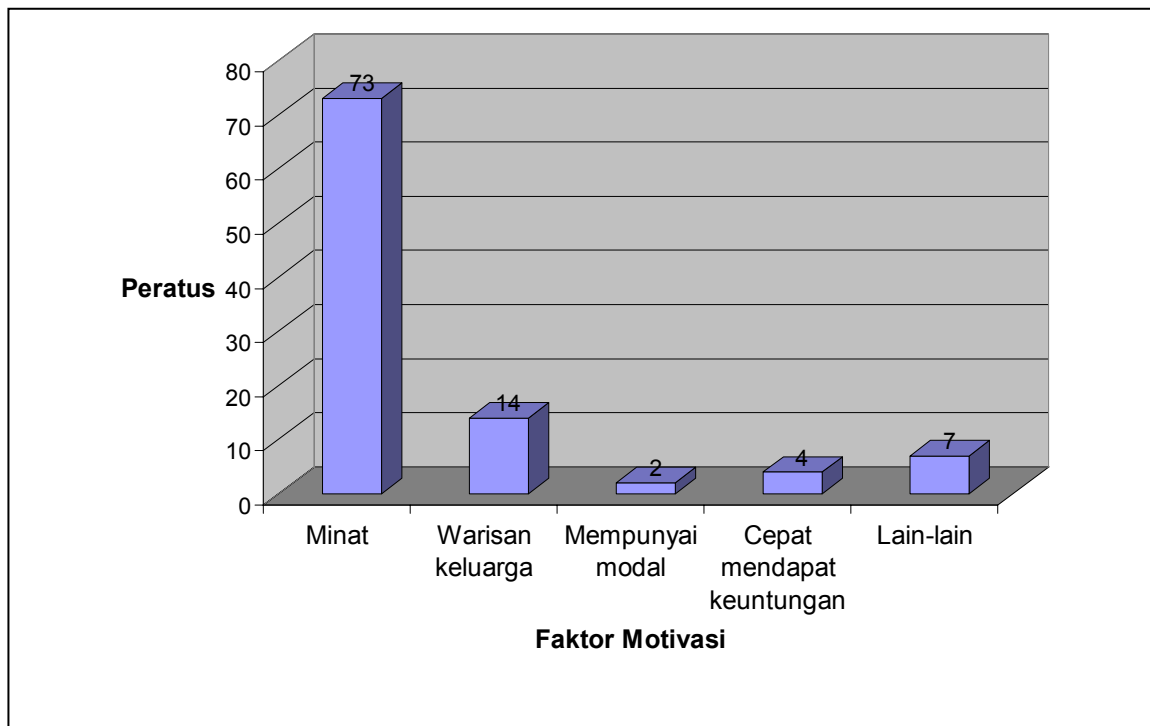


Rajah 5.5 : Taburan Status Perniagaan

Rajah 5.5 menunjukkan taburan status perniagaan bagi usahawan kecil. Majoriti usahawan-usahawan ini menjadikan bidang perniagaan sebagai pekerjaan tetap mereka. Manakala hanya segelintir sahaja iaitu seramai 20 orang menjadikan ianya adalah perniagaan tidak tetap. Daripada borang soal selidik yang diedarkan, 20 orang tersebut bekerja tetap sebagai pemandu teksi, peneroka dan pekerja kerajaan.

Pengkhususan terhadap kerja yang dilakukan merupakan salah satu faktor yang menentukan kejayaan seseorang usahawan (Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002). Oleh itu, dengan adanya pengkhususan masa, usahawan akan lebih berkomitmen dan menjalankan perniagaan dengan lebih bersungguh sungguh. Hampir kesemua usahawan kecil dalam kajian ini menyatakan bahawa pengkhususan kerja dalam perniagaan adalah sesuatu yang penting (rujuk Jadual 5.12).

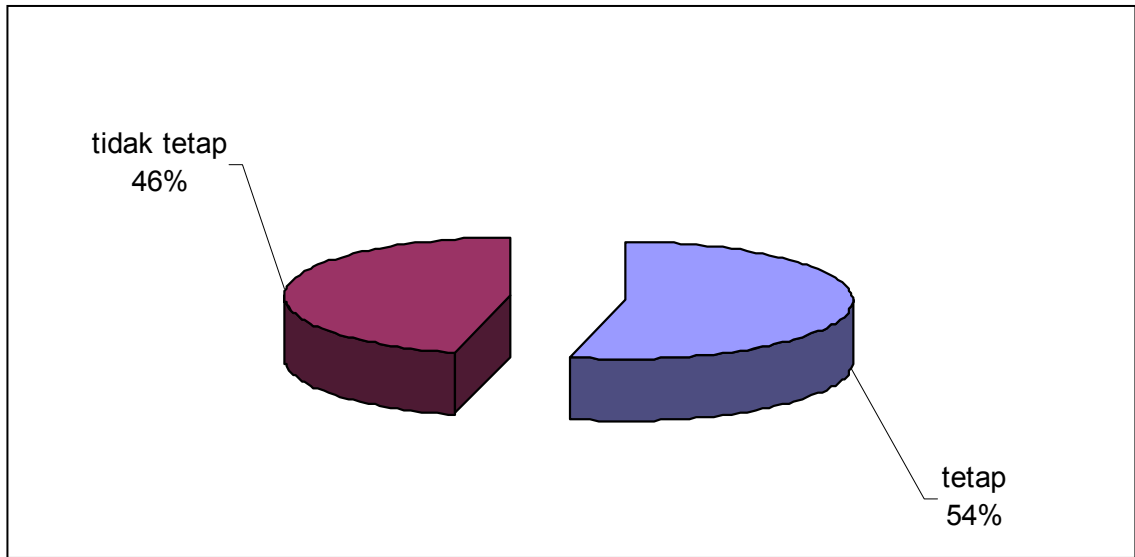
5.2.4 Faktor yang Memotivasi Usahawan Kecil Menceburi Perniagaan



Rajah 5.6: Taburan Motivasi Usahawan Kecil

Rajah 5.6 di atas menunjukkan faktor yang memotivasikan usahawan kecil untuk menceburi bidang perniagaan. Sebahagian besar usahawan iaitu sebanyak 103 orang menceburi perniagaan disebabkan minat yang mendalam. Selain minat, faktor penyebab usahawan TEKUN terlibat dengan perniagaan ialah kerana warisan keluarga, mempunyai modal, cepat mendapat keuntungan dan lain-lain sebab. Dapatan kajian yang diperolehi ini selaras dengan kenyataan Nadzri (2000), bahawa minat dan suka terhadap perniagaan merupakan salah satu faktor usahawan Melayu menceburi bidang perniagaan

5.2.5 Status Pekerja Usahawan Kecil



Rajah 5.7: Taburan Pekerja

Rajah 5.7 menunjukkan status pekerja bagi usahawan kecil. Seramai 54% mempunyai pekerja tidak tetap manakala selebihnya mempunyai pekerja tetap.

Perusahaan yang berjaya memperolehi pinjaman mikro kredit TEKUN kali kedua merupakan salah satu daripada perniagaan kecil yang berjaya diwujudkan di negara ini. Intensif buruh menjadi pilihan kerana perniagaan yang dijalankan adalah lebih mudah dilaksanakan dan dapat menjimatkan kos pengeluaran (Moha Asri, 2000). Hasil kajian adalah selaras dengan kenyataan Moha Asri (2000) yang mendapati bahawa tenaga kerja tidak tetap melibatkan ahli keluarga, jiran dan sebagainya. Seterusnya, dengan menggunakan ahli keluarga ianya dapat mengurangkan kos untuk membayar gaji disamping mereka boleh dianggap lebih dipercayai dan berkomitmen dalam melakukan perniagaan keluarga (Collins, 2002).

5.2.6 Anggaran Jumlah Jualan Tahun Lepas

Jadual 5.5: Taburan Anggaran Jumlah Jualan Tahun Lepas

Jualan	Bilangan	Peratus(%)
RM10,000 dan ke bawah	14	10
RM10,001 hingga RM50,000	46	32
RM50,001 hingga RM100,000	31	22
RM100,001 hingga RM200,000	34	24
RM200,001 hingga RM300,000	10	7
RM300,001 dan ke atas	7	5
Jumlah	142	100

Jadual 5.5 di atas menunjukkan taburan anggaran jumlah jualan perusahaan responden pada tahun lepas. Anggaran jualan dengan kekerapan tertinggi ialah antara RM10,001 hingga RM50,000. Ini diikuti dengan anggaran jualan antara RM100,001 hingga RM200,000. Manakala bagi anggaran jualan melebihi RM300,000 hanya 7 orang peniaga kecil mampu memperolehnya. Walau bagaimanapun tidak semua yang memperolehi jualan tinggi yang mana seramai 14 orang peniaga kecil mempunyai anggaran jualan sebanyak RM10,000 dan ke bawah.

Responden yang berjaya memperolehi jualan RM300,001 dan ke atas menjalankan perniagaan dalam sektor peruncitan dan pembuatan. Ini menunjukkan kedua-dua sektor ini menghasilkan jualan yang lebih tinggi berbanding dengan sektor lain.

5.2.7 Taburan Sektor dan Aktiviti Perniagaan Usahawan TEKUN

Jadual 5.6: Taburan Sektor dan Aktiviti Perniagaan

Sektor	Aktiviti Perniagaan	Bilangan	Peratus(%)
Peruncitan/ Perdagangan	Runcit Kering/Basah/Buah-buahan/Ubatan tradisional	43	30.3
	Pakaian/Aksesori	4	2.8
	Kraftangan/Penjual perabot	1	0.7
	Alat tulis/Suratkhobar/Buku	1	0.7
	Peralatan elektrik/Komputer/Jam	2	1.4
	Peruncit Pertanian/Bunga/Benih tanaman	1	0.7
	Hardware/Perkasasan/Peralatan dapur/Plastik/Aksesori kenderaan	5	3.5
	Lain-lain	5	3.5
	Jumlah	62	44.4
Pemborong	Makanan/Minuman/Buah-buahan	5	3.5
	Pemborong pertanian	1	0.7
	Lain-lain	1	0.7
	Jumlah	7	4.2
Pembuatan	Makanan/Sos/Kicap/Jus/ Minuman	15	10.6
	Pembuat pakaian/Batik/Songket	2	1.4
	Lain-lain	1	0.7
	Jumlah	18	12.7
Perkhidmatan	Restoran/Kedai makanan dan minuman	39	27.5
	Tukang jahit/Kedai Gunting/Salon	6	4.2
	Pembaikan peralatan elektrik/Komputer/Jam	1	0.7
	Mekanik Kereta/Motor	7	4.9
	Tadika/Kelas tuisyen/Sekolah memandu	1	0.7
	Lain-lain	1	0.7
	Jumlah	55	38.7
	Jumlah Keseluruhan	142	100.0

Jadual 5.6 menunjukkan taburan sektor dan aktiviti perniagaan yang diceburi oleh usahawan kecil dalam kajian ini. Sektor peruncit atau perdagangan menjadi pilihan utama usahawan kecil dan diikuti dengan sektor perkhidmatan. Sehubungan itu, aktiviti yang menjadi pilihan utama ialah runcit kering dan diikuti dengan perusahaan restoran dan kedai makan.

Ini membuktikan bahawa usahawan Melayu lebih berminat menceburi sektor peruncitan dan perkhidmatan berbanding dengan sektor lain (Rosdi,2002). Ini selaras dengan kajian oleh Md Mohar et al. (2001) yang menyatakan usahawan kecil Melayu lebih menjurus kepada sektor perkhidmatan berbanding dengan usahawan kecil berbangsa Cina lebih berminat kepada sektor pembuatan.

5.2.8 Taburan Skim Pinjaman TEKUN Pertama

Jadual 5.7: Taburan Skim Pinjaman TEKUN Pertama Mengikut Sektor Perniagaan

Skim TEKUN Pertama*	Sektor Perniagaan				Jumlah
	Peruncit/ Perdagangan	Pemborong	Pembuatan	Perkhidmatan	
Skim 1	3	-	-	2	5
Skim 2	18	1	14	12	45
Skim 3	25	2	4	23	54
Skim 4	17	3	-	18	38
Jumlah	63	6	18	55	142

**Nota:*

Skim 1: tempoh bayar balik pinjaman 26 minggu (RM1000 hingga RM5000)

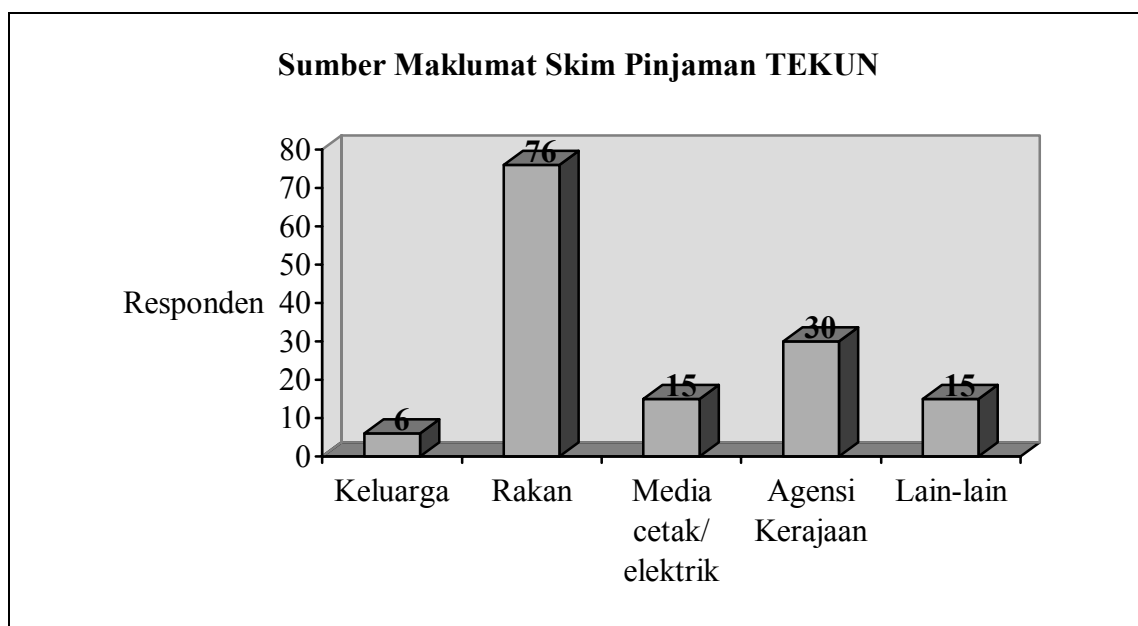
Skim 2: tempoh bayar balik pinjaman 52 minggu (RM1000 hingga RM5000)

Skim 3: tempoh bayar balik pinjaman 78 minggu (RM3000 hingga RM5000)

Skim 4: tempoh bayar balik pinjaman 104 minggu (RM3000 hingga RM5000)

Jadual 5.7 menunjukkan taburan skim pinjaman TEKUN pertama yang dipilih oleh usahawan mengikut sektor perniagaan yang mereka ceburi. Yayasan Tekun Nasional menawarkan empat skim untuk para usahawan. Skim yang mendapat sambutan ialah skim 2,3 dan 4. Skim yang paling banyak disertai ialah skim 3. Peminjam skim ini melibatkan keempat-empat sektor dan sebilangan besarnya daripada sektor peruncitan dan perkhidmatan. Pemilihan skim ini disebabkan usahawan kecil dapat meminjam antara RM3000 hingga RM5000 dan boleh membayarnya dalam tempoh yang agak panjang iaitu 78 minggu. Jangkamasa yang panjang itu membolehkan mereka berjaya membayarnya mengikut jadual dan seterusnya dapat membuat pinjaman kali kedua.

5.2.9 Taburan Sumber Maklumat Berkenaan Skim Pinjaman TEKUN



Rajah 5.8: Taburan Sumber Maklumat Skim Pinjaman TEKUN

Rajah 5.8 di atas menunjukkan sumber maklumat berkenaan dengan skim pinjaman TEKUN. Sumber maklumat utama adalah melalui rakan-rakan. Diikuti agensi kerajaan sebanyak, media cetak dan elektronik, lain-lain sumber dan ahli keluarga.

5.2.10 Taburan Sumber Dan Jumlah Modal Lain Usahawan TEKUN

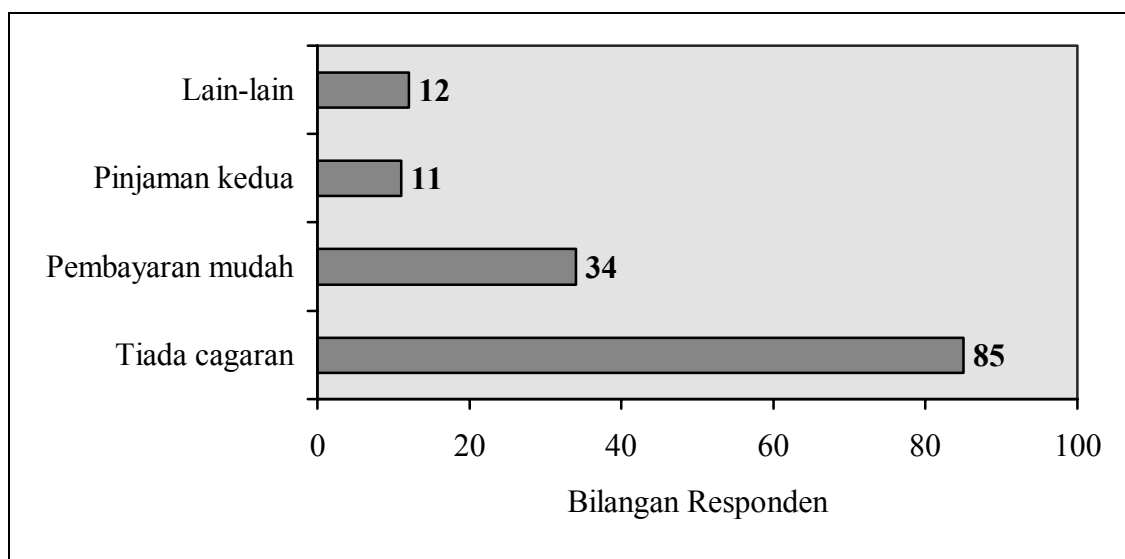
Jadual 5.8: Taburan Sumber Dan Jumlah Modal Lain

Jumlah Modal Lain	Sumber Modal Lain				Jumlah
	Simpanan sendiri	Pinjaman dari saudara-mara	Pinjaman bank	Lain-lain	
RM5,000 dan kurang	53	9	-	3	65
RM5,001 - RM10,000	32	6	5	-	43
RM10,001 - RM20,000	13	4	3	1	21
RM20,001 - RM30,000	5	-	3	-	8
RM30,001 - RM40,000	-	-	-	-	-
RM40,001 - RM50,000	1	-	1	-	2
RM50,002 dan ke atas	3	-	-	-	3
Jumlah	107	19	12	4	142

Jadual 5.9 di atas menunjukkan taburan sumber modal lain bagi menjalankan perniagaan berserta dengan jumlah modal tersebut. Sumber modal lain seperti simpanan sendiri, pinjaman daripada saudara-mara dan lain-lain. Majoriti sumber modal lain adalah daripada simpanan usahawan sendiri. Jumlah modalnya pula mencecah sehingga lebih daripada RM50,000. Walau bagaimanapun terdapat 53 orang usahawan yang menggunakan simpanan sendiri sebagai sumber modal dengan jumlah kurang daripada RM5,000.

Menurut kajian Md Mohar, et al. (2001) usahawan Bumiputra lebih bergantung kepada agensi kerajaan dalam mendapatkan sumber modal berbanding dengan usahawan Cina yang mendapat kebanyakan sumber modal mereka adalah daripada simpanan sendiri. Dari jadual di atas menunjukkan jumlah modal dari simpanan sendiri yang dilaburkan oleh usahawan kecil sebagai modal perniagaan adalah kecil. Justeru itu, mereka perlu membuat pinjaman mikro melalui skim pinjaman TEKUN.

5.2.11 Taburan Faktor Pemilihan Skim Pinjaman TEKUN



Rajah 5.9: Taburan Faktor Pemilihan Skim Pinjaman Kredit Mikro

Rajah 5.9 di atas menunjukkan taburan faktor pemilihan skim TEKUN oleh usahawan kecil yang membuat pinjaman. Daripada 142 orang usahawan seramai 85 orang memilih

skim pinjaman TEKUN kerana skim ini tidak memerlukan cagaran, penjamin dan kertas kerja berbanding dengan pinjaman daripada pihak lain. Faktor-faktor lain ialah pembayaran balik yang mudah, boleh membuat pinjaman kedua dan faktor-faktor lain.

5.2.12 Tujuan Mengambil Skim Pinjaman TEKUN Kedua

Jadual 5.9: Taburan Tujuan Mengambil Skim Pinjaman TEKUN Kedua

Tujuan	Bilangan	Peratus(%)
Memperbesarkan perniagaan	105	74
Mengeluarkan produk baru	2	1
Mengikuti pasaran semasa	5	4
Mempunyai peluang yang cerah dalam perniagaan yang diceburi	13	9
Lain-lain	17	12
Jumlah	142	100

Jadual 5.9 menunjukkan taburan tujuan usahawan mengambil skim pinjaman TEKUN kedua. Majoriti daripada usahawan mengambil skim kedua adalah untuk memperbesarkan perniagaan. Ini menunjukkan setelah mengambil skim yang pertama uresponden lebih yakin untuk mengambil pinjaman kedua kerana pinjaman tersebut dapat membantu mereka mengukuhkan perniagaan yang dimiliki.

5.3 Analisis Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan

Soalan-soalan dalam bahagian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kejayaan kritikal bagi usahawan TEKUN mengikut ciri-ciri usahawan dan ciri-ciri perniagaan. Analisis ini adalah berdasarkan objektif pertama kajian ini dijalankan iaitu untuk mengenalpasti faktor-faktor kejayaan kritikal (CSF) dan faktor kejayaan utama (KSF) usahawan TEKUN.

Berdasarkan kajian literatur yang dijalankan sebelum ini, pengkaji telah menyenaraikan sepuluh ciri-ciri terpenting yang perlu ada dalam diri setiap usahawan. Sebanyak empat

tahap telah diberikan dan usahawan TEKUN perlu memilih satu tahap bagi setiap ciri tersebut.

5.3.1 Analisis Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan TEKUN

Jadual 5.10: Taburan Faktor Kejayaan Kritikal Usahawan TEKUN

Bil.	Ciri-Ciri Usahawan	Skor Min
1	Kemahiran Dalam Bidang Pengurusan Dan Penggunaan Masa	3.18
2	Membuat Pengkhususan/Pembahagian Kerja Di Dalam Perniagaan	3.08
3	Tidak Mudah Berputus Asa & Mengalah Jika Matlamat Tidak Dapat Dicapai	3.06
4	Sanggup Berdikari Dalam Membangunkan Perniagaan	2.98
5	Yakin Kepada Diri Sendiri Dan Tidak Takut Kepada Kegagalan	2.98
6	Mempunyai minat dalam perniagaan	2.94
7	Kemahiran Yang Tinggi Dalam Bidang Perniagaan Yang Diceburi	2.77
8	Tidak Takut Menghadapi Kekuatan Pesaing	2.59
9	Sanggup menghadapi risiko	2.58
10	Cepat Bertindak Dalam Mengubah Strategi	2.49

(Rujuk Lampiran D)

Jadual 5.10 menunjukkan senarai sepuluh ciri-ciri yang terdapat dalam diri responden sebagai usahawan kecil. Melalui ciri-ciri tersebut, pengkaji telah mengenalpasti faktor yang paling kritikal di antara sepuluh ciri yang dinyatakan melalui skor min. Sejumlah 142 responden telah mewakili keseluruhan usahawan TEKUN di negeri Johor.

Kemahiran dalam bidang pengurusan dan penggunaan masa dapat dikenalpasti sebagai faktor yang paling kritikal yang terdapat dalam diri usahawan kecil untuk berjaya dalam menjalankan sesuatu perniagaan. Dapatan ini menyokong pandangan Nadzri (2000), yang menyatakan salah satu faktor kejayaan utama seseorang usahawan ialah dengan meningkatkan kemahiran dan kepakaran dengan bersungguh-sungguh.

Faktor kejayaan kritikal yang kedua ialah membuat pengkhususan dan pembahagian kerja dalam perniagaan yang dijalankan (skor min 3.08). Faktor ini adalah penting bagi

usahawan agar perniagaan berjalan dengan lancar dan konsisten. Penumpuan terhadap satu kerja pada satu masa menjadi faktor kejayaan kritikal bagi usahawan (Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Faktor ketiga penting ialah faktor tidak mudah berputus asa dan mengalah jika matlamat tidak dapat dicapai. Faktor ini memerlukan usahawan bersikap cekal, tabah dan bersikap positif terhadap apa jua masalah yang berlaku. Menurut Usahawan Sukses (2002) dan Rosdi (2002) menyatakan faktor kejayaan kritikal usahawan termasuklah mempunyai ketahanan mental yang tinggi, tidak takut pada perubahan dan kegagalan dan menganggap cabaran sebagai dugaan hidup. Oleh itu, usahawan kecil di bawah skim pinjaman mikro TEKUN mempunyai sikap tidak mudah berputus asa sebagai faktor kejayaan kritikal mereka.

Faktor kejayaan kritikal usahawan kecil yang keempat ialah kesanggupan berdikari dalam membangunkan perniagaan. Walaupun perniagaan yang dijalankan oleh usahawan TEKUN masih diperingkat perniagaan kecil, namun mereka berusaha memajukan perniagaan tanpa meminta bantuan daripada orang lain. Tetapi tunjuk ajar dan bimbingan daripada pihak yang lebih pakar terhadap bidang perniagaan masih diperlukan. Menurut Nadzri (2000), salah satu faktor kejayaan utama usahawan ialah belajar daripada pakar dan orang yang lebih arif terhadap selok-belok perniagaan tanpa rasa malu. Faktor kesanggupan berdikari dalam membangunkan perniagaan merupakan salah satu faktor kritikal utama bagi usahawan (Usahawan Sukses, 2002; Rosdi, 2002).

Dengan skor min yang sama iaitu 2.98, menjadikan faktor kesanggupan berdikari dalam membangunkan perniagaan sama kritikal dengan yakin terhadap diri-sendiri dan tidak takut terhadap kegagalan. Ia merupakan salah satu daripada lima faktor kejayaan kritikal paling penting yang terdapat dalam diri usahawan kecil. Keyakinan terhadap keupayaan diri membolehkan seseorang usahawan berjaya melakukan apa sahaja. Faktor ini turut menyokong pernyataan Khairuddin (1996) yang menyatakan bahawa salah satu faktor kejayaan utama usahawan adalah yakin terhadap keupayaan diri mereka.

Faktor seterusnya ialah mempunyai minat dalam perniagaan. Sebahagian besar usahawan kecil yang menceburi bidang perniagaan adalah disebabkan minat yang mendalam terhadap bidang tersebut (rujuk Rajah 5.6). Kenyataan ini juga disokong oleh Nadzri (2000), yang menyatakan bahawa minat dan suka kepada bidang yang diceburi merupakan salah satu faktor bagi kejayaan kritikal usahawan.

Seterusnya ialah faktor mempunyai kemahiran yang tinggi dalam bidang perniagaan yang diceburi. Faktor kejayaan kritikal yang kelapan bagi usahawan kecil ialah tidak takut menghadapi kekuatan pesaing. Faktor ini turut disokong oleh Walter Kuemmerle (2002); Usahawan Sukses (2002) dan Rosdi (2002) yang menyatakan bahawa tidak takut menghadapi pesaing merupakan salah satu faktor kejayaan utama bagi setiap usahawan.

Kesanggupan menghadapi risiko juga merupakan antara faktor kejayaan kritikal bagi usahawan kecil. Bagi seseorang usahawan faktor sanggup menghadapi risiko merupakan faktor terpenting apabila seseorang itu menceburi bidang perniagaan (Md Mohar et al, 2000; Rosdi, 2002; Nadzri, 2000; Usahawan Sukses 2002; Harper, 1996 ; Khaairuddin, 1996; Lambing, 2000; Chow, W. S, 2000; Nieuwenhuizen dan Kroon, 2001). Namun begitu, bagi usahawan kecil di bawah skim pinjaman mikro TEKUN kesanggupan mereka dalam menangani risiko masih ditahap rendah memandangkan perniagaan yang mereka lakukan dikategorikan sebagai perniagaan kecil. Oleh itu, mereka agak takut untuk mengambil sesuatu langkah yang masih samar akan keberkesananannya.

Faktor kejayaan kritikal yang terakhir ialah cepat bertindak dalam mengubah strategi dengan perolehan skor min sebanyak 2.49. Faktor ini menjadi faktor yang terakhir kerana kebanyakan usahawan kecil di bawah skim kredit mikro TEKUN masih lagi baru dalam bidang perniagaan. Oleh itu, mereka tidak mengubah strategi perniagaan dan mengekalkan strategi sedia ada. Ini berikutan untuk menyusun strategi baru biasanya memerlukan kos yang agak tinggi. Faktor ini sememangnya perlu ada dalam diri usahawan tetapi agak kurang kritikal bagi usahawan yang menjalankan perniagaan kecil.

Kesimpulannya, di antara sepuluh ciri-ciri usahawan yang telah disenaraikan kemahiran dalam bidang pengurusan dan penggunaan masa yang baik merupakan faktor kejayaan kritikal yang terpenting bagi usahawan kecil di negeri Johor. Walaupun perniagaan yang dijalankan masih diperingkat perniagaan kecil, namun kedua-dua kemahiran ini merupakan faktor yang membolehkan mereka berjaya sehingga layak membuat pinjaman skim kedua kredit mikro TEKUN. Apabila seseorang usahawan kecil dapat menguruskan perniagaan mereka dengan sistematik dan memanfaatkan masa dengan sebaik mungkin, maka kejayaan mudah diperolehi berbanding dengan mereka yang hanya bergantung kepada masa tanpa berusaha untuk mendapatkan apa yang dikehendaki.

5.4 Analisis Faktor Kejayaan Kritikal Perniagaan

Bahagian ini memberi penekanan terhadap ciri-ciri perusahaan usahawan kecil di bawah skim kredit mikro TEKUN. Ianya bertujuan untuk mengetahui kekuatan perniagaan mereka daripada segi tahap hubungan dengan pelanggan, pembekal dan pesaing serta ingin mengetahui sama ada perniagaan tersebut mempunyai sistem rekod ataupun tidak.

Selain itu, kajian juga akan mengenalpasti sama ada usahawan kecil di bawah skim kredit mikro TEKUN pernah menghadiri kursus ataupun latihan dan jika disediakan latihan oleh pihak TEKUN, adakah mereka ingin turut menyertainya. Disamping itu, mereka diberikan peluang untuk menyatakan pendapat tentang kursus yang sesuai diadakan untuk meningkatkan kemahiran dalam perniagaan yang diceburi.

5.4.1 Analisis Taburan Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal Dengan Tahap Hubungan Usahawan Kecil Terhadap Pelanggan

Jadual 5.11: Taburan Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal Dengan Tahap Hubungan Dengan Pelanggan

Kawasan Perniagaan	Tahap Hubungan Dengan Pelanggan			Jumlah Peratus (%)
	Sederhana	Tinggi	Sangat Tinggi	
Kawasan Tempat Tinggal	16	42	6	64
Kawasan Bukan Tempat Tinggal	12	21	3	36
Peratus Keseluruhan	28	63	9	100

Jadual 5.11 menunjukkan bahawa taburan premis perniagaan usahawan yang mengambil skim pinjaman TEKUN dengan tahap hubungan dengan pelanggan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa tahap hubungan yang terbaik di pengaruhi oleh lokasi premis perniagaan dan juga pelanggan. Sebanyak 64% daripada jumlah keseluruhan usahawan mempunyai premis perniagaan di tempat tinggal sendiri. Manakala sebanyak 36% daripada jumlah keseluruhan usahawan mempunyai premis perniagaan yang bukan di kawasan tempat tinggal mereka.

5.4.2 Pelanggan bagi Usahawan TEKUN

Jadual 5.12: Peratusan Pelanggan Tetap Dan Tidak Tetap Mengikut Tahap Hubungan Dengan Pelanggan

Tahap Hubungan Dengan Pelanggan	Peratus Pelanggan Tetap(%)	Peratus Pelanggan Tidak Tetap(%)	Jumlah peratus (%)
Sederhana	54	46	100
Tinggi	66	34	100
Sangat Tinggi	68	32	100
Peratus Keseluruhan	63	37	100

Jadual 5.12 menunjukkan taburan peratusan pelanggan tetap dan tidak tetap mengikut tahap hubungan dengan pelanggan. Peratus pelanggan tetap adalah 63% manakala pelanggan tidak tetap berjumlah 37%. Bagi semua tahap hubungan, peratusan pelanggan tetap adalah lebih tinggi. Ini membuktikan usahawan kecil mempunyai hubungan yang lebih baik dengan pelanggan tetapnya berbanding dengan pelanggan tidak tetap. Hal ini dapat dikukuhkan lagi melalui jadual 5.13.

5.4.3 Pelanggan Tetap Dan Tidak Tetap Mengikut Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal Bagi Usahawan TEKUN

Jadual 5.13: Taburan Peratusan Pelanggan Tetap Dan Tidak Tetap Mengikut Premis Perniagaan Di Kawasan Tempat Tinggal

Kawasan Perniagaan	Peratus Pelanggan Tetap (%)	Peratus Pelanggan Tidak Tetap (%)	Jumlah Peratus (%)
Kawasan Tempat Tinggal	67	33	100
Kawasan Bukan Tempat Tinggal	56	44	100
Jumlah Keseluruhan	63	37	100

Jadual 5.13 di atas menunjukkan taburan peratusan pelanggan tetap dan tidak tetap mengikut premis perniagaan di kawasan tempat tinggal usahawan TEKUN. Bagi usahawan yang memiliki premis perniagaan di kawasan tempat tinggal mereka,

pelanggan yang mengunjung perniagaannya lebih ramai yang tetap iaitu sebanyak 67% berbanding pelanggan tidak tetap seramai 33%. Ini menunjukkan bahawa (seperti yang telah dinyatakan di Jadual 5.12 dan 5.13) pelanggan tetap penting bagi usahawan kecil dalam mengekalkan perniagaan mereka. Selain itu, usahawan kecil akan mempunyai hubungan yang lebih baik dengan pelanggan tetapnya lebih-lebih lagi jika premis perniagaan terletak di kawasan tempat tinggal mereka.

5.4.4 Tahap Hubungan Usahawan TEKUN dengan Pelanggan, Pembekal dan Pesaing

Jadual 5.14: Taburan Tahap Hubungan Usahawan TEKUN dengan Pelanggan, Pembekal dan Pesaing

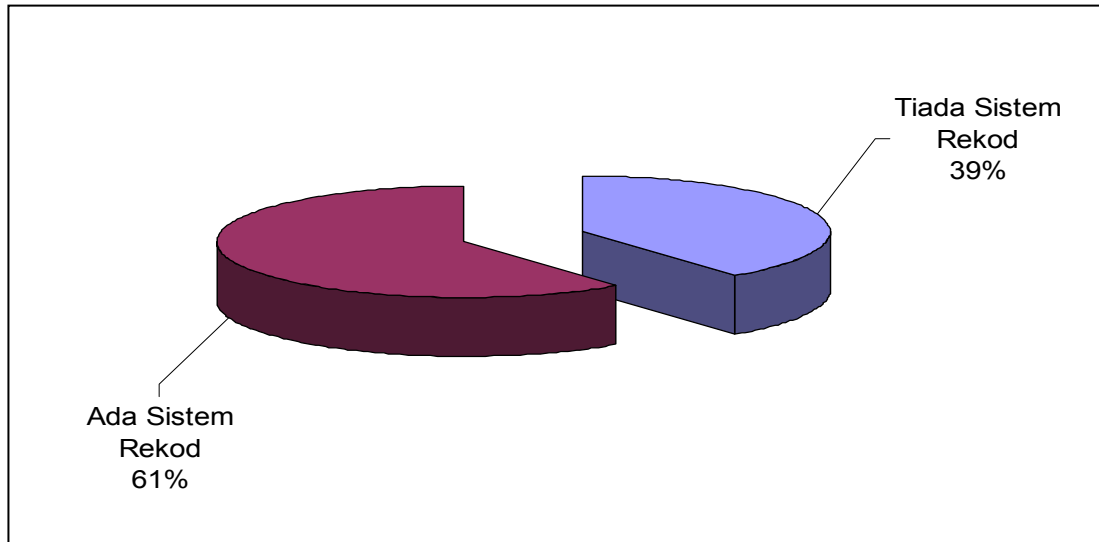
Tahap Hubungan	Hubungan Dengan		
	Pelanggan (%)	Pembekal (%)	Pesaing (%)
Rendah	0	1	3
Sederhana	28	36	61
Tinggi	63	57	32
Sangat Tinggi	9	6	4
Peratus Keseluruhan	100	100	100

Jadual 5.14 di atas menunjukkan taburan tahap hubungan usahawan kecil dengan pelanggan, pembekal dan pesaing mereka. Dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat tahap hubungan yang tinggi antara usahawan kecil di bawah skim mikro kredit TEKUN dengan pelanggan mereka. Para usahawan menganggap bahawa pelanggan adalah penting di dalam perniagaan mereka. Ini selaras dengan kajian oleh Hills dan Narayan (1988) yang menyatakan bahawa faktor yang paling penting untuk usahawan berjaya adalah peka kepada keperluan pelanggan.

Bagi hubungan dengan pembekal, sebahagian besar usahawan menganggap ianya berada pada tahap yang tinggi. Menurut Rosdi (2002), seseorang usahawan perlu mempunyai jaringan hubungan yang baik dalam perniagaan bagi menjamin kejayaan dalam bidang

yang diceburi itu. Walaubagaimanapun, terdapat usahawan yang menganggap bahawa hubungan mereka dengan pesaing adalah adalah pada tahap sederhana sahaja.

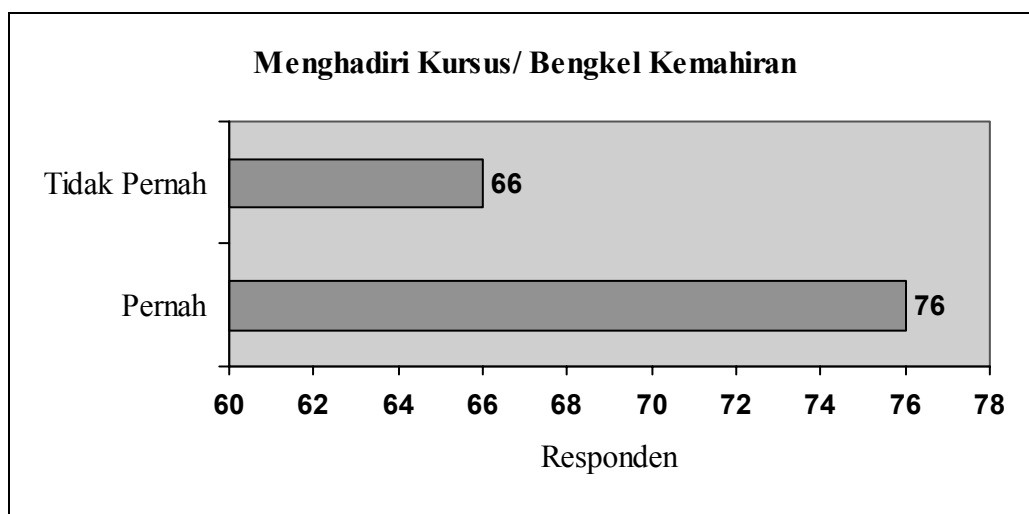
5.4.5 Penggunaan Sistem Rekod Dalam Perniagaan



Rajah 5.10: Taburan Menggunakan Sistem Rekod Dalam Perniagaan

Rajah 5.10 di atas menunjukkan taburan usahawan TEKUN menguruskan perniagaan dengan menggunakan sistem rekod. Seramai 86 orang usahawan telah mengamalkan sistem ini manakala 56 orang lagi tidak menggunakannya. Penggunaan sistem rekod dalam membuat sebarang pengurusan dan kewangan amat penting untuk menjadikan perniagaan itu berada pada tahap yang terkawal. Ini kerana dengan menggunakan sistem rekod perniagaan akan lebih terurus dan mempunyai rujukan jika berlaku sebarang masalah yang membabitkan pengurusan, perakauanan, kewangan dan lain-lain. Menurut Rosdi (2002) salah satu kegagalan usahawan bumiputra berbanding dengan usahawan lain ialah kelemahan dalam menguruskan sistem rekod dalam perniagaan yang dijalankan.

5.4.6 Taburan Usahawan TEKUN Menghadiri Kursus Atau Kemahiran Perniagaan



Rajah 5.11: Taburan Menghadiri Kursus Atau Kemahiran Perniagaan

Rajah 5.11 mempamerkan taburan usahawan TEKUN sama ada pernah menghadiri kursus/ kemahiran ataupun tidak. Seramai 76 orang daripada 142 orang usahawan TEKUN pernah menghadiri kursus atau kemahiran perniagaan yang dianjurkan oleh pelbagai agensi kerajaan dan swasta. Manakala sejumlah 66 orang tidak pernah menghadiri sebarang bentuk kursus perniagaan. Bagi mereka yang tidak pernah menghadiri kursus pengkaji menanyakan soalan susulan iaitu adakah mereka memerlukan kursus atau kemahiran perniagaan (rujuk Jadual 4.15).

5.4.7 Taburan Usahawan TEKUN Memerlukan Kursus Perniagaan

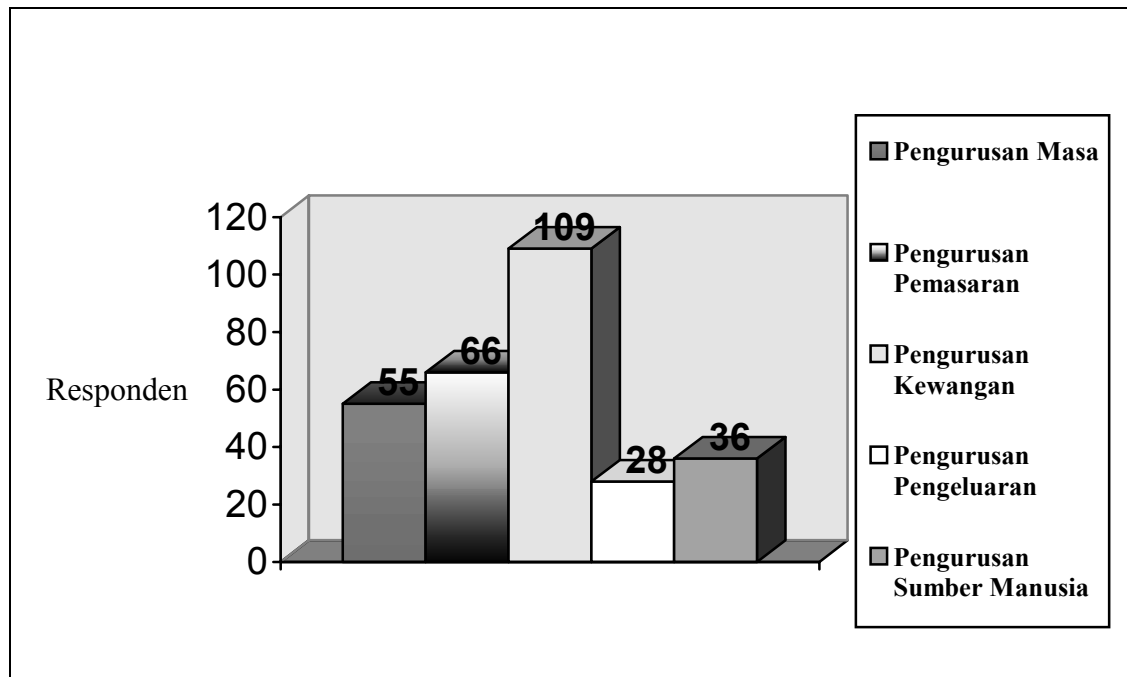
Jadual 5.15: Taburan Keperluan Mengikuti Kursus Perniagaan

Kursus Perniagaan	Jumlah Peratus (%)
Memerlukan Kursus	85
Tidak Memerlukan Kursus	15
Peratus Keseluruhan	100

Jadual 5.15 di atas menunjukkan taburan usahawan kecil yang memerlukan kursus perniagaan bagi mereka yang tidak pernah menghadirinya. Daripada sejumlah 66 orang,

seramai 56 orang usahawan kecil memerlukan kursus manakala hanya 10 orang sahaja yang tidak memerlukannya. Menurut kajian yang dijalankan oleh Nadzri (2000), salah satu daripada tujuh panduan bagi membentuk kejayaan diri usahawan ialah belajar daripada pakar dengan mengikuti kursus, seminar, perbincangan dan sebagainya untuk menambahkan pengalaman perniagaan.

5.4.8 Kursus Yang Sesuai Dianjurkan Untuk Usahawan Kecil



Rajah 5.12: Taburan Cadangan Kursus Yang Sesuai Dianjurkan

Rajah 5.12 menunjukkan taburan cadangan kursus yang sesuai dianjurkan untuk usahawan TEKUN. Kursus pengurusan kewangan merupakan kursus yang paling utama perlu dianjurkan kerana seramai 109 orang telah memilihnya. Analisis ini telah menyokong satu kenyataan iaitu masalah utama yang membendung dan membataskan kejayaan para usahawan bumiputra ialah kelemahan dalam bidang pengurusan khususnya dalam bidang pengurusan kewangan (Rudy As, 2002; MITI, 2000).

Selain itu, kursus pengurusan lain yang dicadangkan ialah pengurusan pemasaran, pengurusan masa, pengurusan sumber manusia dan pengurusan pengeluaran.

5.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah berdasarkan kepada ujian bukan parameter dan penganalisan telah menggunakan kaedah ujian pekali kolerasi Spearman. Kaedah ini dipilih memandangkan salah satu daripada pembolehubah yang ingin diuji menggunakan skala pengukuran ordinal. Oleh itu, korelasi Spearman lebih sesuai digunakan kerana model korelasi Pearson hanya boleh digunakan apabila kedua-dua pembolehubah yang ingin dibandingkan menggunakan skala pengukuran sekurang-kurangnya interval atau sela.

Ujian kolerasi Spearman telah dijalankan untuk melihat darjah hubungan antara prestasi dengan faktor kejayaan kritikal usahawan TEKUN. Hubungan korelasi dapat menunjukkan arah dan kekuatan hubungan yang wujud antara kedua-duanya. Jumlah jualan tahun lepas yang diperolehi oleh usahawan TEKUN digunakan untuk menilai prestasi perniagaan mereka. Oleh itu, jumlah jualan mewakili pengukuran prestasi digunakan sebagai pembolehubah bersandar bagi pengujian hipotesis ini.

Jadual 5.16: Tafsiran Umum Korelasi

Pekali Korelasi	Tafsiran
< 0.20	Korelasi yang sangat lemah
0.20 hingga 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 hingga 0.70	Korelasi yang sederhana
0.71 hingga 0.90	Korelasi yang tinggi
0.90 hingga 1.00	Korelasi yang sanagt tinggi

Sumber: Guilford (1956).

Jadual 5.16 di atas menunjukkan tafsiran umum korelasi. Nilai pekali korelasi memberi gambaran mengenai kekuatan hubungan antara prestasi dengan faktor kejayaan kritikal usahawan kecil. Umpamanya, pekali korelasi yang menghampiri nilai 1.0 menunjukkan terdapat hubungan korelasi positif yang sangat tinggi manakala pekali korelasi yang menunjukkan nilai antara .01 hingga .30 menunjukkan terdapat hubungan korelasi yang positif tetapi lemah. Pekali korelasi yang menunjukkan nilai positif menunjukkan

terdapat hubungan langsung antara pemboleh ubah bebas dan bersandar. Sekiranya pekali korelasi menunjukkan nilai negatif maka hubungan antara pemboleh ubah bersandar dan bebas adalah merupakan hubungan yang songsang.

5.5.1 Hubungan Antara Prestasi Dengan Kesanggupan Menghadapi Risiko

Hipotesis 1: Terdapat hubungan yang signifikan antara prestasi dengan kesanggupan usahawan TEKUN dalam menghadapi risiko

Jadual 5.17: Hubungan Antara Prestasi Dengan Kesanggupan Menghadapi Risiko

Prestasi	Kesanggupan Menghadapi Risiko
	Korelasi(rs) 0.086

$p > 0.05$ (2 hujung)

Melalui analisis hipotesis pertama (Jadual 5.17), nilai kofiesyen(rs) yang diberikan ialah 0.086. Ini menunjukkan bahawa pembolehubah prestasi dan kesanggupan menghadapi risiko mempunyai perhubungan positif yang sangat lemah. Memandangkan nilai signifikan dua hujung bagi hipotesis ini ialah 0.308 maka hipotesis 1 ditolak kerana tidak mempunyai hubungan yang signifikan diantara kedua-dua pembolehubah tersebut. Ini kerana, nilai 0.308 lebih besar dari aras signifikan yang ditetapkan iaitu $0.05/2 = 0.001$ pada ujian korelasi dua arah. Oleh itu, melalui hipotesis ini dapat dikenal pasti bahawa faktor kesanggupan menghadapi risiko yang merupakan salah satu faktor kritikal usahawan kecil mempunyai hubungan langsung yang sangat lemah dengan prestasi. Kejayaan usahawan kecil tidak terlalu bergantung kepada prestasi sebagai asas ukuran (rujuk Lampiran E).

Salah satu faktor faktor kritikal seseorang usahawan adalah kesanggupan mereka menghadapi risiko (Md Mohar et al., 2000; Rosdi, 2002; Nadzri, 2002; Usahawan Sukses, 2002; Harper, 1996; Khaairuddin, 1996; Lambing, 2000; Chow, W. S, 2000; Nieuwenhuizen dan Kroon, 2001). Tetapi melalui analisis ini, usahawan kecil di bawah skim mikro kredit TEKUN tidak menjadikan faktor kesanggupan menghadapi risiko

sebagai salah satu faktor kritikal dalam menentukan kejayaan mereka dalam bidang perniagaan yang diceburi.

5.5.2 Hubungan Antara Prestasi Dengan Minat Terhadap Bidang Perniagaan

Hipotesis 2: Terdapat hubungan yang signifikan antara prestasi dengan minat usahawan kecil terhadap bidang perniagaan yang diceburi

Jadual 5.18: Hubungan Antara Prestasi Dengan Minat Usahawan Kecil Terhadap Bidang Perniagaan

Prestasi	Minat Dalam Bidang Perniagaan
	Korelasi(rs) 0.063

$p > 0.05$ (2 hujung)

Melalui analisis hipotesis kedua (Jadual 5.18), iaitu hubungan antara prestasi dengan minat terhadap perniagaan yang diceburi memberikan nilai korelasi 0.063. Ini menunjukkan tahap hubungan antara keduanya adalah hubungan positif yang sangat lemah. Hipotesis 2 ini ditolak kerana tidak mempunyai hubungan yang signifikan antara prestasi dengan mempunyai minat dalam perniagaan memandangkan nilai signifikan 2 hujung bagi kedua-dua pembolehubah ini ialah 0.455. Nilai tersebut lebih besar daripada aras keertian yang telah ditetapkan iaitu $0.05/2 = 0.001$ pada ujian korelasi dua arah (rujuk Lampiran E).

5.5.3 Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Dan Pelanggan

Hipotesis 3: Prestasi usahawan kecil dipengaruhi oleh hubungan antara usahawan tersebut dengan pelanggan

Jadual 5.19: Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Kecil Dan Pelanggan

Prestasi	Hubungan Dengan Pelanggan
	Korelasi(rs) 0.060

$p > 0.05$ (2 hujung)

Analisis hipotesis ketiga (Jadual 5.19) pula memberikan nilai korelasi iaitu 0.060. Ini menunjukkan tahap hubungan antara prestasi dan hubungan usahawan kecil dengan pelanggan mempunyai hubungan positif yang sangat lemah. Hipotesis korelasi ini ditolak kerana nilai signifikan diantara pembolehubah prestasi dan hubungan dengan pelanggan ialah 0.481 adalah lebih besar dari aras signifikan yang telah ditetapkan iaitu $0.05/2 = 0.001$ pada ujian korelasi dua arah. Dengan itu, hipotesis 4 ditolak juga kerana tidak terdapat hubungan yang signifikan antara prestasi dengan hubungan antara usahawan kecil di bawah skim mikro kredit TEKUN dan pelanggan (rujuk Lampiran E).

5.5.4 Hubungan Antara Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Dengan Pembekal

Hipotesis 4: Prestasi usahawan kecil dipengaruhi oleh hubungan antara usahawan TEKUN dengan pembekal.

Jadual 5.20: Hubungan Prestasi Dengan Hubungan Antara Usahawan Kecil Dan Pembekal.

Prestasi	Hubungan Dengan Pembekal
	Korelasi(rs) 0.229*

*signifikan pada aras 0.01 (2 hujung)

Analisis hipotesis terakhir (Jadual 5.20) membuktikan bahawa terdapat hubungan langsung yang lemah ($rs = 0.229$) dan signifikan pada aras 0.01 untuk ujian dua hujung antara prestasi dengan hubungan usahawan kecil terhadap pembekal mereka.

Dengan itu, hipotesis 4 diterima iaitu prestasi usahawan kecil di bawah skim mikro kredit TEKUN dipengaruhi oleh jaringan yang baik antara usahawan dan pembekal. Usahawan memerlukan pembekal bagi mendapatkan sumber bahan mentah bagi perniagaan yang dijalankan. Oleh itu hubungan yang baik antara keduanya membolehkan perniagaan dijalankan tanpa sebarang masalah seperti kelewatan mendapatkan stok, tidak dapat memenuhi keperluan pelanggan dan sebagainya (rujuk Lampiran E).

5.6 Ringkasan

Bab ini telah mempersembahkan dapatan analisis data yang diperolehi melalui borang soal-selidik yang telah diedarkan kepada 142 orang usahawan TEKUN di negeri Johor. Analisis tersebut telah mencapai objektif bab ini iaitu untuk menganalisis faktor-faktor kejayaan kritikal bagi usahawan TEKUN. Melalui hipotesis yang telah dilakukan menggunakan ujian pekali korelasi Spearman mendapati jumlah jualan tidak mempengaruhi kejayaan kritikal usahawan TEKUN di negeri Johor. Bab seterusnya akan menerangkan kesimpulan bagi keseluruhan kajian ini dan cadangan-cadangan untuk agensi terbabit serta cadangan kajian untuk akan datang.

BAB 6: RUMUSAN DAN CADANGAN

6.0 Pengenalan

Bab ini akan membincangkan segala hasil dapatan kajian dan juga perbincangan hasil kajian bagi mengenalpasti objektif yang telah ditetapkan pada awal kajian ini akan dapat dipenuhi. Secara keseluruhannya, kajian ini telah memenuhi objektif iaitu mengenalpasti faktor kejayaan kritikal yang wujud pada usahawan kecil, jenis perniagaan yang menjadi pilihan mereka, tujuan pinjaman dan dana yang diperolehi dan juga mengetahui jumlah pulangan yang mereka perolehi. Ianya juga selaras dengan penemuan kajian lepas.

Bab ini meliputi rumusan hasil kajian yang telah dijalankan dan cadangan-cadangan yang boleh dijadikan panduan kepada pihak yang ingin menjalankan kajian yang sama pada masa akan datang. Ianya juga dapat digunakan oleh agensi yang terlibat secara langsung dengan skim ini untuk mempertingkatkan kualiti perkhidmatan dan juga pelaksanaan beberapa perubahan di dalam dasarnya demi memastikan matlamat asal penubuhannya untuk mewujudkan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera akan tercapai.

6.1 Kesimpulan Kajian

6.1.1 Pencapaian Objektif

- i) Objektif 1: Menenalpasti faktor kejayaan kritikal usahawan kecil di kawasan kajian dengan mengenalpasti *KSF* dan *CSF* yang ada pada seseorang usahawan dan firma dengan membandingkannya dengan ciri-ciri yang ada pada usahawan dan perniagaan melalui skim kredit mikro TEKUN. Ianya selaras dengan hasil kajian lalu yang telah dilakukan oleh Nieuwenhuizen dan Kroon (2001). Hasil kajian mendapati terdapat hubungan secara langsung di antara kejayaan perniagaan dan juga *CSF* yang akan menentukan kejayaan individu ataupun firma di dalam industri yang mereka ceburi. Antaranya ialah kemahiran di dalam

perniagaan seperti pengurusan kewangan, minat di dalam perniagaan, pengkhususan dalam pekerjaan dan tidak mudah berputus asa (rujuk Jadual 5.10).

- ii) Objektif 2: Mengenalpasti jenis perniagaan yang menjadi pilihan usahawan TEKUN untuk menjalankan perniagaan mereka mengikut kelompok kawasan yang terpilih. Hasil kajian mendapati bahawa sektor yang menjadi pilihan usahawan TEKUN ialah sektor peruncitan pembuatan dan sektor perkhidmatan (rujuk Jadual 5.6). Ini selaras dengan kajian yang telah dilakukan Md Mohar, et al (2001) dalam kajiannya 'Perbandingan Keusahawanan Bangsa Melayu dan Cina di Malaysia' mendapati bahawa majoriti usahawan Cina menceburi bidang pembuatan manakala usahawan Bumiputra pula dalam bidang perkhidmatan.
- iii) Objektif 3: Mengenalpasti tujuan pinjaman dan dana tambahan yang telah dipinjam oleh para usahawan TEKUN. Hasil kajian menunjukkan bahawa tujuan usahawan TEKUN membuat pinjaman adalah untuk memperbesarkan perniagaan mereka. Ini selaras dengan kajian yang telah dilaksanakan oleh Scott dan Bruce (1987) yang mendapati bahawa perniagaan yang mencapai 'survival' perlu untuk mengembangkan kewangan bagi mendapatkan modal dan meningkatkan inventori dan penerimaan. Overdraft bank dan pinjaman jangka pendek menjadi pilihan dalam keadaan tahap persaingan yang tidak menentu (rujuk Jadual 5.8).

6.1.2 Pencapaian Hipotesis

- i) Pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan bahawa wujudnya hubungan positif yang sangat lemah di antara prestasi dengan kesanggupan usahawan kecil di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN dalam menghadapi risiko (rujuk Jadual 5.17). Ini menunjukkan bahawa usahawan kecil tidak terlalu bergantung kepada jualan untuk menentukan kejayaan perniagaan yang mereka jalankan. Ini selaras dengan kajian yang telah dilakukan oleh Cantillon (1931) yang menyatakan bahawa usahawan merupakan individu yang rasional, bekerja sendiri dan peneraju kepada proses ekonomi dengan tiada sebarang jaminan terhadap risiko yang perlu dihadapinya. Kenyataan yang dikeluarkan oleh Cantillon menepati ciri-ciri yang ada pada golongan pedagang, peniaga dan individu yang bekerja sendiri dan ianya selaras dengan usahawan di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN yang berniaga secara kecilan sahaja.

- ii) Pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan hubungan positif yang sangat lemah di antara prestasi perniagaan dan minat usahawan kecil dalam menceburi bidang perniagaan. Ini menunjukkan bagi menilai sesuatu prestasi bukan diukur dengan minat terhadap bidang perniagaan yang diceburi usahawan kerana ujian menunjukkan hubungan antara kedua-dua pembolehubah adalah sangat lemah. Hasil kajian yang telah dijalankan oleh Scott dan Bruce (1987) telah mengenalpasti peringkat pertumbuhan dalam perniagaan kecil. Usahawan yang menyertai skim ini merupakan usahawan yang berada di peringkat survival. Pada peringkat ini usahawan perlu untuk mendapatkan modal dan meningkatkan inventori dan penerimaan. Pinjaman jangka pendek menjadi pilihan dan tahap persaingan tidak menentu. Tetapi perniagaan yang berkembang dan berjalan lancar akan menggalakkan persaingan. Tumpuan lebih diberikan kepada mengembangkan saluran pengedaran, melakukan perubahan pada persaingan dan menghadapi tekanan maklumat.

- iii) Hasil pengujian hipotesis yang ketiga pula menunjukkan hubungan langsung yang sangat lemah antara prestasi dengan tahap hubungan usahawan di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN dan pelanggan mereka. Ujian ini telah menyokong kajian lalu yang menyatakan bahawa hubungan dengan pelanggan bukanlah faktor utama penentu kejayaan sesebuah firma (Hills dan Narayan, 1988 dan Lambing 2000). Selain hubungan dengan pelanggan, syarikat perlu membeikan penekanan kepada pengeluaran produk yang mempunyai kebaikan kepada pengguna. KSF juga diukur pada masa mula produk dihasilkan iaitu dengan mendapatkan kualiti dan harga yang betul.

- iv) Pengujian hipotesis yang keempat menunjukkan bahawa terdapat hubungan yang signifikan di antara prestasi perniagaan dan pembekal. Kedua-dua pembolehubah ini mempunyai hubungan positif yang lemah. Menurut Rosdi (2002) hubungan jaringan dalam perniagaan merupakan ciri yang penting bagi membolehkan seseorang usahawan itu mampu bersaing dan bertahan lama dalam bidang perniagaan yang diceburinya. Komunikasi dengan pembekal merupakan salah satu aspek yang membezakan di antara firma yang berjaya dan tidak berjaya (Duchesneau dan Gartner, 1988). Ini bermakna, bagi menentukan prestasi seseorang usahawan di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN, hubungan baik dengan pembekal adalah penting walaupun hasil ujian yang diperolehi menunjukkan hubungan antara keduanya adalah lemah.

6.2 Cadangan Kepada Pihak Yang Terbabit

6.2.1 Cadangan kepada usahawan di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN

Kajian ini melibatkan para usahawan di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN yang telah berjaya membuat pinjaman untuk peringkat kedua sebagai sumber utama maklumat kajian

Usahawan yang mengikuti skim ini dinasihatkan supaya mendapat latihan secara khusus daripada aspek pengurusan kewangan dan juga pentadbiran perniagaan. Ciri perniagaan yang berjaya memerlukan tumpuan, kefahaman mendalam, pengawasan rapi dan kemahiran mengurus serta pentadbiran yang dibuat (Usahawan Sukses 2002, rujuk Jadual 5.15, rujuk Rajah 5.12). Usahawan juga perlu untuk mengikuti kursus, seminar, perbincangan dan sebagainya untuk menambahkan pengalaman perniagaan. (Nadzri, 2000)

6.2.2 Cadangan kepada Pihak Pengurusan YTN

Kajian ini juga telah menemubual beberapa orang pegawai TEKUN di beberapa kawasan terpilih seperti di Mersing, Pontian, Kota Tinggi dan Tebrau. Ianya bertujuan untuk mendapat gambaran secara jelas mengenai skim ini dan meninjau kaedah pengurusan yang digunakan demi menjamin skim ini berjaya dilaksanakan. Antara cadangan yang dicadangkan kepada pihak pengurusan YTN adalah seperti berikut:

- i) Skim pembayaran yang sedia ada secara mingguan ditukarkan kepada skim pembayaran mengikut bulanan. Ini bagi membolehkan peminjam iaitu usahawan yang mengikuti skim pinjaman ini untuk membuat pembayaran disebabkan pulangan jualan dalam tempoh bulanan dijangka dapat menampung kos pinjaman.
- ii) Pembayaran yang sedia ada ditukarkan kepada kaedah pembayaran dwi-pilihan. Peminjam diberi peluang untuk membuat pilihan pembayaran dengan

menggunakan kaedah pembayaran secara mingguan ataupun bulanan dan juga secara kredit pembayaran di bank. Kaedah ini dirasakan lebih sesuai kerana dapat menjimatkan masa pegawai TEKUN yang ditugaskan untuk membuat kutipan kerana pembayaran dapat dilakukan di bank yang terpilih.

- iii) Pembayaran juga dapat dilakukan dengan menggunakan cek sebagai kaedah pembayaran. Ini akan membolehkan pembayaran dilakukan dengan lebih berkesan sekiranya para peminjam mengambil keputusan untuk membayar secara bulanan dalam jumlah yang banyak.
- iv) Nilai simpanan sedia ada bagi pinjaman kredit mikro TEKUN perlu dikurangkan kerana bagi peminjam nilai simpanan yang dikenakan adalah terlalu tinggi menyebabkan wang tersebut tidak dapat digunakan sebagai wang untuk pusingan modal. Selain itu, peminjam juga mencadangkan agar jumlah pinjaman yang ditawarkan perlu ditambah memandangkan harga bagi semua barang di pasaran meningkat. Namun begitu, skim ini dirasakan adalah skim yang terbaik untuk membantu usahawan khususnya para usahawan bumiputra (Rujuk Lampiran D).
- v) Kakitangan TEKUN yang ditugaskan untuk melaksanakan skim ini, perlu mendapatkan latihan dan kemahiran yang bersesuaian dengan tugas mereka. Kakitangan yang sedia ada dihantar untuk menjalani latihan di pusat-pusat latihan sedia ada seperti pusat latihan anjuran MARA dan Institut Keusahawanan Negara (INSKEN). Manakala pekerja yang baru pula diambil daripada graduan-graduan lepasan institusi pengajian tinggi yang mempunyai kemahiran di dalam bidang pengurusan seperti pengurusan akaun dan kewangan, pengurusan dan pentadbiran pejabat dan pengurusan teknologi.
- vi) Pihak pentadbiran cawangan juga diberikan kuasa untuk mengeluarkan surat amaran dan peringatan kepada para peminjam yang enggan membayar pinjaman. Oleh itu, peminjam akan menghormati pegawai TEKUN dan memberikan kerjasama dalam pembayaran pinjaman mengikut masa yang telah ditetapkan.

- vii) Pihak pengkaji juga mencadangkan kepada agensi yang menguruskan skim ini supaya dapat memberikan peluang kepada usahawan muda yang berada di Insituti Pengajian Tinggi Awam (IPTA) untuk mendapatkan pinjaman daripada dana ini. Ianya boleh dimulakan di negeri Johor dahulu sebagai langkah percubaan. Contoh IPTA yang terlibat bagi peringkat negeri Johor ialah Universiti Teknologi Malaysia (UTM) dan juga Universiti Teknologi Tun Hussein Onn (UTTHO). Kajian yang telah dilakukan oleh Md Mohar, et al. (2002) mendapati bahawa untuk menghasilkan *mindset* usahawan tulen perlu diwujudkan struktur dan persekitaran keusahawanan dari peringkat awal.
- viii) Seterusnya, pinjaman ini ditingkatkan kepada skim pinjaman peringkat ketiga yang menawarkan dana pinjaman melebihi RM20,000 untuk memastikan dana yang diperuntukkan adalah mencukupi bagi menampung kos penyelenggaraan perniagaan para usahawan yang semakin meningkat dan berpotensi untuk dinaikkan taraf daripada status perniagaan kecil kepada status industri kecil dan sederhana. Industri kecil didefinisikan sebagai organisasi yang mempunyai aset tetap yang kurang daripada RM250,000 (Fong, 1987). Berdasarkan kajian ini, terdapat usahawan yang mampu untuk memperolehi jumlah jualan sehingga RM600,000 dalam jangka masa setahun. Hal ini menjadi satu kebanggaan negara dan menunjukkan bahawa perniagaan kecil yang dijalankan oleh usahawan di bawah pembiayaan skim kredit mikro TEKUN mampu melangkah ke status perniagaan yang lebih tinggi.

6.2.3 Cadangan untuk kajian masa hadapan

Berdasarkan kepada kajian yang telah dilakukan dan bersandarkan kepada kajian masa lalu maka pihak pengkaji ingin mencadangkan beberapa cadangan yang boleh dilakukan pada masa hadapan.

- i) Kajian ini perlu diteruskan bagi memastikan perlaksanaan skim kredit mikro TEKUN dapat membantu para usahawan bumiputra. Ianya seharusnya diperluaskan di seluruh negara pada masa akan datang kerana bertepatan dengan matlamat penubuhan Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputra yang diinginkan oleh kerajaan (Malaysia, 2002).
- ii) Seterusnya, kajian pada masa hadapan juga boleh dibuat dengan mengkaji faktor-faktor kejayaan kritikal yang membolehkan seseorang usahawan itu layak untuk mendapatkan pinjaman peringkat ketiga. Ini akan menggalakkan pertumbuhan usahawan bumiputra lebih berjaya dalam mengembangkan perniagaan mereka daripada peringkat perniagaan kecil kepada industri kecil dan seterusnya kepada usahawan kelas menengah.

6.3 Penutup

Secara keseluruhannya, kajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara jelas kepada pihak yang terlibat di dalam skim pinjaman kredit mikro di bawah Tabung Ekonomi Kumpulan Usaha Niaga (TEKUN) di negeri Johor mengenai faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan yang berkecimpung di dalam perniagaan kecil. Ianya dapat membantu pihak yang terlibat khususnya Agensi TEKUN dan Kementerian Pembangunan Usahawan langkah-langkah yang perlu di ambil untuk merealisasikan hasrat kerajaan bagi membantu usahawan Bumiputra daripada peringkat awal lagi khususnya yang terlibat di dalam industri kecil dan sederhana (IKS).

RUJUKAN

- Ang, J. (1992), On the Theory of Finance for Privately Held Firms, *Journal of Small Business Finance*, 1, 185-203.
- Ang, J. (1991), Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management, *Journal of Small Business Finance*, 1, 3-13.
- Ang, James S., James Wuh Lin, and Floyd Tyler (1995), Evidence On the Lack of Separation between Business and Personal Risks Among Small Businesses, *The Journal of Small Business Finance*, 4 (2/3), 197-210.
- Auken, H.V., (2000). "A Model Of Community-Based Venture Capital Formation To Fund Early-Stage Technology-Based Firms", *Journal of Small Business Management*, Milwaukee (October): 287-301
- Austin, D. (2002), *Understanding Critical Success Factor Analysis*, [online] network on 28 June 2002. on the World Wide Web : www.w3.org/2002/ws/arch/2/04ucf4
- Batten, F. (2002), Out of The Blue and The Black, *Harvard Business Review*, April 2002, Siebel Systems, Harvard Business School.
- Binks, Martin R., and Christine T Ennew (1996), Growing Firms And Credit Constraints, *Small Business Economic*, 8, 17-25.
- Business Times, 28 June 1990, *Finding Ways for Bumis to Succeed in Business*, Business Time
- Cantillon, R. (1931), Essai Sur La Nature Du Commerce En General, dalam *Encyclopedia Of The Social Sciences*.
- Carland, J dan Carland, J. A (1990), *Small Business Management Tools For Success*, Poos Kent Publishing Co.
- CGC (2002), *Credit Guarantee Corporation*, [online] network on 26 July 2002 on the World Wide Web: www.iGuarantee.com.my
- CGC (2003), *Credit Guarantee Corporation*, [online] network on 4 February 2003 on the World Wide Web: www.iGuarantee.com.my
- Chandler, A. D. Jr. (1977), *The Visible Hand - The Managerial Revolution in American Business*, Harvard University Press, Cambridge, MA
- Clampham, R. (1985), *Small and Medium Enterprenuers in Southeast Asia*, Institute of Southeast Asian Studies, Singapore.

- Coleman, S. (2000). "Access To Capital And Terms Of Credit: A Comparison Of Men- And Women-Owned Small Businesses", *Journal of Small Business Management*, Milwaukee, (July): 37-52.
- Coleman S. (2002). Constraints Faced By Women Small Business Owners: Evidence from the Data, *Journal of Developmental Entrepreneurship*; Norfolk (August): 151-174.
- Coleman, S., and Cohn, R. (2000), Small Firms' Use of Financial Leverage: Evidence from the 1993 National Survey of Small Business Finances, *Journal of Business and Entrepreneurship*, 12(3), 81-98.
- Collins, J. (2002), Chinese Entrepreneurs – The Chinese Diaspora in Australia, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol. 8 (1/2); 113-133.
- Diamantopoulos, A. dan Schlegelmilch, B. B (1997), *Taking the Fear Out of Data Analysis - A Step-by-Step Approach*, The Dryden Press, London
- Gaedeke, R. M. dan Tootelian, D. H. (1991), *Small Business Management*, Allyn and Bacon, New York
- Guilford, J. P (1956), *Fundamental of Statistic in Psychology and Education*, McGraw Hill, New York
- Harper, D.A (1996), *Enterprenuership and the Market Process*, Routhledge, London
- Hatten, T. S (1997), *Small Business Entrepreneurship and Beyond*, Prentice Hall, New Jersey
- Hills, G. E. and Narayanan, C. L. (1988), *Profile Characteristics, Success Factors and Marketing in Highly Successful Firms*. University of Illinois Press
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. (2002), *Entrepreneurship*, McGraw-Hill, Boston.
- Hisrich, R.D., Brush, C.G. (1987), Women entrepreneurs: a longitudinal study, in Churchill, N.C., Hornaday, J.A., Kirchoff, B.A., Krasner, O.J., Vesper, K.H. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, pp.187-9.
- Hor, A. (2001), *The DatumXchange SME Definition*, [online] network on 17 June 2002 on the World Wide Web: www.datumxchange.com/smearticle.html
- Hosmer, L. T., Cooper, A. C. dan Vesper, K. H., (1993), *Fungsi Keusahawanan, Teks dan Kes Bagi Firma Kecil*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur

- Hustedde, R. and Pulver, G., (1992), Factors Affecting Equity Capital Acquisition: the Demand Side, *Journal of Business Venturing*, 7(5), pp. 363–374.
- Kamarudin Ngah dan Roslim Md. Akhir (1990), *Kaedah Penyelidikan- Panduan Mudah Kerja Luar*, Fajar Bakti, Petaling Jaya
- Kao, J. J (1989), *Enterpreneurship, Creativity & Organization-Text, Cases, and Readings*, Prentice Hall, New Jersey.
- Khairuddin Khalil (1996), *Keusahawanan Sebagai Kerjaya*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur
- Kuemmerle, W. (2002), The Entrepreneur- A Test For The Fainthearted. *Harvard Business Review*, May 2002, Siebel Systems, Harvard Business School.
- Kuratko, D. F., Hodgetts, R. M. (2001), *Entrepreneurship a Contemporary Approach*, Harcourt
- Lambing, P dan Kuehl, C.R (2000), *Enterprenuership*, Prentice Hall, New Jersey.
- Levin, R. I. dan Rubin, D. S. / Susila Munusamy, Halimah Awang (2000), *Statistik Untuk Pengurusan*, Prentice Hall, Kuala Lumpur
- Long, W. (1983), The Meaning of Entrepreneurship, *American Journal of Small Business*, Vol 2 ; 47-56.
- Malaysia (1975), *Industrial Surveys*, Jabatan Perangkaan Kuala Lumpur.
- Malaysia (2000a), *Ucapan Belanjawan Tahun 2001*, [online] network on 17 June 2002 on the World Wide Web: www.mpspweb.mpsp.gov.my/kewangan/ucapan_belanjawan_tahun_2001.htm
- Malaysia (2000b), *Bumiputera*, A Ministry of International Trade and Industry Malaysia, No.4/2000 ISSN 1511-6603, MITI Publication
- Malaysia (2001), *Pemberitahu Pertanyaan Dewan Rakyat, 20 Mac 2001*, [online] network on 6 Jun 2002 on the World Wide Web: <http://www.miti.gov.my/C-DEWANRAKYAT.html>
- Malaysia (2002a), *Laporan Bank Negara Malaysia, Bank Negara Malaysia Kuala Lumpur*, [online] network on 6 Jun 2002 on the World Wide Web : <http://www.bnm.gov.my>
- Malaysia (2002b), *Yayasan TEKUN Nasional, Kementerian Pembangunan Usahawan*, [online] network on 13 Jun 2002 on the World Wide Web: www.kpun.gov.my/umum/tekun.html
- Md. Mohar Mohamad dan Dr. Mohd Hassan Mohd Osman (2002). Menilai, Mengukuh dan Memantapkan Program Pembangunan Usahawan Bumiputera di Negeri Johor

- Darul Takzim, *Bengkel Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera Negeri Johor*, Hotel Hyatt Regency, Johor Bahru.
- Md. Mohar Mohamad, Mior Razman Mior Yunus, Muhammad Fakhruzzy Md. Ariff, Noorazimah Mohd Noor, Tan Chai Chen dan Tew Nee Hong (2000), *Kajian Perbandingan Keusahawanan Bangsa Melayu Dan Cina Di Johor Bahru, Persidangan Kebangsaan Pertama Keusahawanan dan Perniagaan Kecil*, Universiti Utara Malaysia.
- Megginson, W. L., Byrd, M. J., Megginson, L. C., 2000, *Small Business Management: An Entrepreneurs's Guidebook*, McGraw-Hill, Boston
- Modigliani, F. and Miller, M.H. (1958), *The Cost Of Capital, Corporation Finance and Theory Of Investment*, *The American Economic Review*, 48(3), 261-297.
- Moha Asri Hj Abdullah (1991), *Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana*, Utusan Publication and Distribution Sdn. Bhd., Kuala Lumpur.
- Moha Asri (1995), *Industri Kecil di Malaysia: Kejayaan dan Masa Depan*, Dewan Bahasa dan Pustaka, Kuala Lumpur.
- Moha Asri, Juhary Ali dan Fauziah Idris (2000), *Pengurusan Perniagaan Kecil*, Utusan Publications and Distributors Sdn Bhd., Kuala Lumpur
- Nadzri Mohamad (2000), *Program Pembangunan Kerajaan*, [online] network on 17 June 2002 on the World Wide Web: www.geocities.com/haji_nadzri/mohamad.html
- Nieuwenhuizen, C. and Kroon, J. (2001), *Identification of Entrepreneurial Success Factors to Determine The Content of Entrepreneurship Subjects*, South Africa.
- Noor Alia Kassim (April/Mei 2002), *Usahawan Sukses*, Pustaka Wira Sdn Bhd.
- Norlida Abdul Manab (1996), *Pengukuran Prestasi: Kewangan dan Bukan Kewangan: Kajian Kes*, [online] network on 25 Julai 2002 on the World Wide Web: www.aisig.uum.edu.my/research/e-thesis/pengurusan.cfm
- Ozcan, G. B. (1995), *Small Firm and Local Economic Development*, Avebury Ashgate Publishing Limited, London
- Permodalan Nasional Berhad (1990), *Budaya Keusahawanan*, Malaysia: Utusan Printing Corporation Sdn Bhd, Kuala Lumpur.
- Pickle, H. B. dan Abrahamson, R. L. (1986), *Small Business Management*, John Wiley and Sons, New York
- Robbin dan Coulter (1999), *Management*, Prentice Hall International, Inc, New Jersey.
- Rosdi (2002), *Faktor-faktor Kegagalan Usahawan Melayu*, Majlis Amanah Rakyat, Johor Bahru.

- Rudy As (April/Mei 2002). Usahawan Bumiputera, *Usahawan Sukses*, Pustaka Wira Sdn Bhd.
- Schumpeter, J. (1934), *Business Cycles: A Theoretical, History And Statistical Analysis Of The Capitalist Process*, New York: McGraw Hill.
- Scott, M. dan Bruce, R. (1987), Five Stages of Growth in Small Business, *Long Range Planning*, Vol. 20 (3); 45-52.
- Timmons, J. A., Spinelli, S. (2000), *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century*, McGraw-Hill, Irwin, Boston
- Uma Sekaran (1992), *Research Methods For Business - A Skill- Building Approach. 2nd Edition*, John Wiley and Sons, Inc, New York.
- Usahawan Sukses (Januari 2002), *Datuk Maznah Unggul Terajui Perniagaan*, Pustaka Wira Sdn Bhd.
- Usahawan Sukses (Januari 2002), *Haji Mohammad Noor Ariff , Pasarkan Makanan Ringan dari Timur Tengah Berkat Sabar dan Gigih*, Pustaka Wira Sdn Bhd.
- Weber, M. (1917), *The Theory of Social and Economic Organization*, Scribers, New York

LAMPIRAN A

Sektor dan Aktiviti Perniagaan TEKUN (YTN, 2002).

SEKTOR	AKTIVITI PERNIAGAAN
Peruncit/ Perdagangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Runcit Kering/ Basah/ Buah-buahan/ Ubatan tradisional 2. Pakaian/ Aksesori 3. Kraftangan/ Penjual perabot 4. Alat tulis/ Suratkhbar/ Buku 5. Peralatan Eektrik/ Komputer/ Jam 6. Peruncit Pertanian/ Bunga/ Benih tanaman 7. Hardware/ Perkakasan/ Peralatan dapur/ Plastik/ Aksesori Kenderaan/ Spare-part 8. Lain-lain
Pemborong	<ol style="list-style-type: none"> 1. Makanan/ Minuman/ Buah-buahan 2. Pakaian 3. Peralatan Dapur/ Plastik 4. Alat tulis/ Suratkhbar/ Buku 5. Pemborong Pertanian 6. Lain-lain
Pembuatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kimpalan/ Papan tanda/ Pengiklanan/ Tukang kayu/ Perabot/ Batu-bata 2. Makanan/ Sos/ Kicap/ Jus/ Minuman 3. Pembuat pakaian/ Batik/ Songket 4. Lain-lain
Perkhidmatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Restoran/ Kedai makanan dan minuman 2. Tukang jahit/ Kedai Gunting/ Salon 3. Internet cafe 4. Studio gambar/ Percetakan 5. Pembaikan peralatan elektrik/ Komputer/ Jam 6. Mekanik Kereta/ Motor 7. Pengangkutan Awam/ Barang 8. Tadika/ Kelas tuisyen/ Sekolah memandu 9. Lain-lain

LAMPIRAN B

Laporan Kelulusan Pinjaman Kedua TEKUN Di Negeri Johor Sehingga 30 Jun 2002,
(YTN, 2002).

Bil	Kawasan	Tarikh Pelancaran	Peminjam wanita	Nilai pinjaman (RM'000)	Jumlah peminjam	Nilai pinjaman (RM'000)
1.	Pontian	1-7-1999	22	149.0	59	453.0
2.	Mersing	30-10-1999	43	323.0	89	719.0
3.	Sg. Benut	3-5-2000	8	56.0	14	103.0
4.	Kota Tinggi	27-8-2000	14	111.0	34	266.0
5.	Muar	5-12-2000	1	6.0	1	6.0
6.	Ledang	5-12-2000	8	39.0	13	77.0
7.	Gelang Patah	7-12-2000	9	74.0	22	182.5
8.	Johor Bahru	8-12-2000	3	30.0	6	55.0
9.	Sri Gading	14-12-2000	1	10.0	1	10.0
10.	Pagoh	14-12-2000	2	17.0	7	64.0
11.	Tebrau	23-12-2000	3	26.0	3	26.0
12.	Pulai	23-12-2000	0	0.0	1	10.0
13.	Batu Pahat	28-2-2001	1	10.0	2	20.0
14.	Kluang	9-6-2001	0	0.0	0	0.0
15.	Tenggara	29-6-2001	0	0.0	1	8.0
16.	Parit Sulong	11-10-2001	0	0.0	0	0.0
17.	Bakri	12-10-2001	0	0.0	0	0.0
18.	Segamat	22-1-2002	1	10.0	1	10.0
19.	Labis	1-2-2002	0	0.0	0	0.0
	JUMLAH		116	861.5	254	2, 009.5

LAMPIRAN C

Mengenalpasti Saiz Sampel Daripada Populasi Yang Diberi (Uma Sekaran, 1992).

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

N – saiz populasi

S – saiz sample

LAMPIRAN D

Min bagi faktor-faktor kejayaan kritikal usahawan TEKUN.

	N	Min	Sisihan Piawai
Sanggup hadapi risiko	142	2.58	.65
Mempunyai minat dalam perniagaan	142	2.94	.66
Cepat bertindak	142	2.49	.60
Tidak takut hadapi pesaing	142	2.59	.69
Kemahiran urus dan guna masa	142	3.18	.51
Sanggup berdikari	142	2.98	.62
Yakin pada diri	142	2.98	.51
Tidak mudah berputus asa	142	3.06	.53
Membuat pengkhususan/pembahagian kerja	142	3.08	.53
Kemahiran yang tinggi dalam perniagaan	142	2.77	.71

LAMPIRAN E

Korelasi Bukan Parameter

Correlations			Prestasi	Sanggup hadapi risiko
Spearman's rho	Prestasi	Correlation	1.000	.086
		Coefficient	.	.308
		Sig. (2-tailed)	.	.308
	Sanggup hadapi risiko	N	142	142
		Correlation	.086	1.000
		Coefficient	.308	.
		Sig. (2-tailed)	.308	.
		N	142	142

Correlations			Prestasi	Mempunyai minat dalam perniagaan
Spearman's rho	Prestasi	Correlation	1.000	.063
		Coefficient	.	.455
		Sig. (2-tailed)	.	.455
	N	142	142	
	Mempunyai minat dalam perniagaan	Correlation	.063	1.000
		Coefficient	.455	.
		Sig. (2-tailed)	.455	.
	N	142	142	

Correlations

			Prestasi	Tahap hubungan dengan pelanggan
Spearman's rho	Prestasi	Correlation	1.000	.060
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.481
	Tahap hubungan dengan pelanggan	N	142	142
		Correlation	.060	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.481	.
		N	142	142

Correlations

			Prestasi	Tahap hubungan dengan pembekal
Spearman's rho	Prestasi	Correlation	1.000	.229
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.006
	tahap hubungan dengan pembekal	N	142	142
		Correlation	.229	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.006	.
		N	142	142

** Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

LAMPIRAN F



UNIVERSITI TEKNOLOGI MALAYSIA

TAJUK KAJIAN:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEJAYAAN USAHAWAN KREDIT MIKRO DI NEGERI JOHOR

Panduan Umum:

1. Terdapat **tiga bahagian (A,B,C)** dalam borang soal-selidik ini. Sila jawab semua bahagian dengan tepat.
1. Maklum balas anda terhadap borang soal selidik ini adalah **sulit dan persendirian**.
2. Semua maklumat yang diperolehi daripada borang soal-selidik ini akan digunakan sebagai **rujukan bagi kajian akademik**.

Sekiranya terdapat sebarang **pertanyaan**, sila hubungi:

DR. MOHD HASSAN MOHD OSMAN
Fakulti Pengurusan Dan
Pembangunan Sumber Manusia
UTM, 81310 Skudai
m-hassan@utm.my

BAHAGIAN A

Bahagian ini bertujuan untuk mengumpul maklumat tentang latarbelakang responden. *Sila tandakan ✓ dalam satu kotak sahaja.*

1. Kawasan perniagaan

☐

Mersing

☐

Pontian

☐

Kota Tinggi

☐

Lain-lain

Nyatakan: _____

2. Jantina

☐

Lelaki

☐

Perempuan

3. Umur anda: _____ tahun

4. Status

☐

Bujang

☐

Berkahwin

☐

Ibu/ Bapa tunggal

☐

Lain-lain

Nyatakan: _____

5. Bilangan anak : _____

6. Tahap akademik tertinggi

☐

Sekolah Rendah

☐

Sekolah Menengah

☐

Diploma/ Ijazah

☐

Lain-lain

Nyatakan: _____

BAHAGIAN B

Bahagian ini bertujuan untuk mengetahui profail perniagaan yang diceburi dan skim pinjaman TEKUN yang diambil oleh responden.

Sila tandakan ✓ dalam satu kotak sahaja bagi setiap soalan di bawah.

1. Lokasi perniagaan anda

☐

Kedai tetap

☐

Gerai tetap

☐

Gerai bergerak

☐

Perniagaan bergerak/ Pasar tani/ Pasar malam

☐

Bengkel

☐

Di rumah

2. Tahun anda memulakan perniagaan ini _____

3. Adakah perniagaan ini merupakan pekerjaan tetap anda?

☐

Ya

☐

Tidak

Jika **Tidak** sila nyatakan pekerjaan tetap anda _____

4. Mengapakah anda menceburi bidang perniagaan?

☐

Minat

☐

Warisan keluarga

☐

Mempunyai modal

☐

Cepat mendapat keuntungan

☐

Lain-lain

Nyatakan: _____

5. Adakah anda mengambil pekerja tetap?

☐

Ya

Sila nyatakan bilangannya: _____

☐

Tidak

Jika **Ya** Daripada manakah sumber pekerja tersebut diperolehi dan nyatakan bilangannya

☐

Ahli keluarga/saudara-mara

_____ pekerja

☐

Bukan ahli keluarga/saudara-mara

_____ pekerja

6. Anggaran jumlah jualan yang anda perolehi pada tahun lepas :RM _____

7. Sila nyatakan skim pinjaman TEKUN pertama anda

☐

Skim 1 (26 minggu) RM1000 hingga RM5000

☐

Skim 2 (52 minggu) RM1000 hingga RM5000

☐

Skim 3 (78 minggu) RM3000 hingga RM5000

☐

Skim 4 (104 minggu) RM3000 hingga RM5000

8. Bagaimanakah anda mengetahui tentang skim pinjaman TEKUN?

☐

Keluarga

☐

Rakan

☐

Media cetak/ elektronik

☐

Agensi kerajaan

☐

Lain-lain

Nyatakan: _____

10. Selain skim pinjaman TEKUN daripada manakah anda mendapatkan sumber modal untuk perniagaan anda dan nyatakan jumlahnya?

☐

Simpanan sendiri

☐

Pinjaman daripada saudara-mara

☐

Pinjaman bank

☐

Lain-lain

Nyatakan: _____

11. Jumlah modal tersebut: RM _____

12.. Sektor dan aktiviti perniagaan anda

Sila tandakan ✓ bagi sektor perniagaan yang anda ceburi dan bulatkan nombor bagi aktiviti perniagaan anda.

SEKTOR	AKTIVITI PERNIAGAAN
<input type="checkbox"/> Peruncit/ Perdagangan	9. Runcit Kering/ Basah/ Buah-buahan/ Ubatan tradisional 10. Pakaian/ Aksesori 11. Kraftangan/ Penjual perabot 12. Alat tulis/ Suratkhabar/ Buku 13. Peralatan Elektrik/ Komputer/ Jam 14. Peruncit Pertanian/ Bunga/ Benih tanaman 15. Hardware/ Perkakasan/ Peralatan dapur/ Plastik/ Aksesori Kenderaan/ Spare-part 16. Lain-lain
<input type="checkbox"/> Pemborong	7. Makanan/ Minuman/ Buah-buahan 8. Pakaian 9. Peralatan Dapur/ Plastik 10. Alat tulis/ Suratkhabar/ Buku 11. Pemborong Pertanian 12. Lain-lain
<input type="checkbox"/> Pembuatan	5. Kimpalan/ Papan tanda/ Pengiklanan/ Tukang kayu/ Perabot/ Batu-bata 6. Makanan/ Sos/ Kicap/ Jus/ Minuman 7. Pembuat pakaian/ Batik/ Songket 8. Lain-lain
<input type="checkbox"/> Perkhidmatan	10. Restoran/ Kedai makanan dan minuman 11. Tukang jahit/ Kedai Gunting/ Salon 12. Internet cafe 13. Studio gambar/ Percetakan 14. Pembaikan peralatan elektrik/ Komputer/ Jam 15. Mekanik Kereta/ Motor 16. Pengangkutan Awam/ Barang 17. Tadika/ Kelas tuisyen/ Sekolah memandu 18. Lain-lain

13. Mengapakah anda memilih skim pinjaman TEKUN?

☐

Tiada cagaran

☐

Pembayaran balik yang mudah

☐

Boleh membuat
pinjaman kedua

☐

Lain-lain Nyatakan: _____

14. Mengapakah anda mengambil skim pinjaman kedua TEKUN?

☐

Memperbesarkan perniagaan

☐

Mengeluarkan produk baru

☐

Mengikuti pasaran semasa

☐

Mempunyai peluang yang cerah dalam perniagaan yang diceburi

☐

Lain-lain Nyatakan: _____

15. Berapakah jumlah pinjaman TEKUN kedua anda? RM _____

16. Sila nyatakan skim pinjaman TEKUN kedua anda

☐

Skim 1 (26 minggu)

☐

Skim 2 (52 minggu)

☐

Skim 3 (78 minggu)

☐

Skim 4 (104 minggu)

17. Sila berikan pendapat anda mengenai skim pinjaman TEKUN?

☐

Membantu dalam menambahkan modal pusingan

☐

Membantu dalam mengurangkan pinjaman dengan badan tidak berdaftar

☐

Pinjaman yang mudah tanpa syarat yang ketat.

☐

Lain-lain.

Cadangan: _____

18. Apakah masalah yang dihadapi sepanjang anda mengikuti skim pinjaman TEKUN,

Masalah: _____

Cadangan Penyelesaian: _____

BAHAGIAN C

Bahagian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kejayaan utama responden bagi perniagaan yang diceburi

i) Ciri-Ciri Usahawan

Di bawah ini, disenaraikan beberapa ciri usahawan. Anda diminta untuk menilai ciri-ciri tersebut yang bersesuaian dengan diri anda.

Sila tandakan ✓ dalam satu kotak sahaja bagi setiap soalan di bawah..

1. Sanggup menghadapi risiko di dalam bidang perniagaan yang diceburi

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

2. Mempunyai minat di dalam bidang perniagaan yang diceburi

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

3. Cepat bertindak di dalam mengubah strategi/ cara pengendalian perniagaan mengikut keperluan semasa.

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

4. Tidak takut di dalam menghadapi kekuatan pesaing.

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

5. Kemahiran di dalam bidang pengurusan dan penggunaan masa

☐

Tidak Penting

☐

Kurang Penting

☐

Penting

☐

Amat Penting

6. Sanggup berdikari dalam membangunkan perniagaan.

☐

Lemah

☐

Sederhana

☐

Baik

☐

Sangat Baik

7. Yakin kepada diri sendiri dan tidak takut kepada kegagalan

☐

Sangat Takut

☐

Takut

☐

Berani

☐

Sangat Berani

8. Tidak mudah berputus asa dan mengalah jika matlamat tidak dapat dicapai

☐

Tidak Penting

☐

Kurang Penting

☐

Penting

☐

Amat Penting

9. Membuat pengkhususan/ pembahagian kerja di dalam perniagaan.

☐

Tidak Penting

☐

Kurang Penting

☐

Penting

☐

Amat Penting

10. Kemahiran yang tinggi di dalam bidang perniagaan yang diceburi.

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

ii) Ciri-Ciri Perniagaan

Sila tandakan $\sqrt{\quad}$ dalam satu kotak sahaja.

1. Adakah premis perniagaan anda terletak di kawasan tempat tinggal anda?

☐

Ya

☐

Tidak

2. Daripada tinjauan anda, anggaran peratusan pelanggan anda

Pelanggan tetap

Peratusan: _____%

Pelanggan tidak tetap

Peratusan: _____%

3. Nyatakan tahap hubungan anda dengan pelanggan

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

4. Nyatakan tahap hubungan anda dengan pembekal

☐

Rendah

☐

Sederhana

☐

Tinggi

☐

Sangat Tinggi

5. Nyatakan tahap hubungan anda dengan pesaing

☐ Rendah

☐ Sederhana

☐ Tinggi

☐ Sangat Tinggi

6. Adakah anda menggunakan sistem rekod dalam menjalankan perniagaan anda?

☐ Ya

☐ Tidak

7. Adakah anda pernah menghadiri kursus ataupun kemahiran perniagaan?

☐ Ya

☐ Tidak

8. Jika **Tidak**, adakah anda memerlukan kursus ataupun latihan untuk meningkatkan kemahiran anda?

☐ Ya

☐ Tidak

9. Pada pendapat anda, apakah jenis kursus yang sesuai diadakan untuk meningkatkan kemahiran dalam perniagaan yang anda diceburi? *Anda boleh menjawab lebih daripada satu pilihan.*

☐ Pengurusan Masa

☐ Pengurusan Pemasaran

☐ Pengurusan Kewangan

☐ Pengurusan Pengeluaran

☐ Pengurusan Sumber Manusia

☐ Lain-lain

Cadangan: _____

**TERIMA KASIH DI ATAS KESUDIAN ANDA MENJAWAB BORANG SOAL SELIDIK INI.
JASA ANDA INI AMAT KAMI HARGAI**

TEKUN /bil()